

LAS PRODUCTORAS AUDIOVISUALES
EN EL ÁMBITO TELEVISIVO:
EL CASO DE GESTMUSIC

TRABAJO FIN DE GRADO

gestmusic

EndemolShine Iberia



OPERACIÓN
TRIUNFO
2017



GRADO EN COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

Autor:
José Antonio Bernal González

Tutora:
Mónica Barrientos Bueno

Septiembre 2018



fcom
Facultad de Comunicación

ÍNDICE

Resumen, abstract, palabras clave y keywords	1
1. Justificación	2
2. Antecedentes.....	3
3. Objetivos	4
4. Metodología.....	5-6
5. Gestmusic	7-12
5.1. Historia.....	7
5.2. Jerarquía y tipos de producciones.....	8-10
5.3. Impacto de Gestmusic en la televisión.....	11-12
6. Géneros de entretenimiento.....	13-31
6.1. <i>Operación Triunfo 2017</i>	15-22
6.1.1. Ficha del programa.....	15
6.1.1. Concepto del programa, claves de su éxito y análisis DAFO.....	16-22
6.2. <i>Tu Cara Me Suena 6</i>	23-31
6.2.1. Ficha del programa.....	23
6.2.2. Concepto del programa, claves del éxito de su formato y análisis DAFO.....	24-31
7. Audiencias	32-45
7.1. ¿Qué es la medición de audiencias y cómo se estudia?	34-35
7.2. <i>Operación Triunfo 2017</i>	35-42
7.2.1. Audiencia Televisiva	36-38
7.2.2. Audiencia Social.....	39-42
7.3. <i>Tu Cara Me Suena 6</i>	43-45
7.3.1. Audiencia Televisiva	43-45
8. Entrevista: Ismael Agudo (Coordinador musical de <i>Tu Cara Me Suena</i> y <i>Operación Triunfo</i>) .	46-51
9. Resultados y conclusiones.....	52-54
10. Bibliografía.....	55-57
Anexos	58-80

Resumen

La productora Gestmusic ha ganado bastante prestigio en estos últimos años, especialmente gracias a sus dos grandes formatos, *Operación Triunfo* y *Tu Cara Me Suena*. Ambos, considerados como *talent shows* - el primero también *reality show* -, han conseguido entretener al espectador tanto por televisión como por redes sociales, es decir, han sabido aprovechar la llamada televisión social, concretamente *Operación Triunfo 2017*. Para ello, se ha recurrido a las audiencias generadas por ambos programas y a descubrir las claves del éxito tanto del *talent show* de TVE como del formato de Antena 3 con el objetivo de ver la repercusión de esta productora en el panorama televisivo español actual.

Abstract

The Gestmusic production company has gained a lot of prestige within the last few years, specially due to its both big formats, *Operacion Triunfo* and *Tu Cara Me Suena*. Both of them considered as talent shows – being the first one a reality show as well – they have managed to entertain the viewer not only through television but also via social media. In the other words, they have taken advantage of the social television, particularly with *Operacion Triunfo 2017*. In order to do that, we have consulting the audiences generated by both shows and the keys of the successful talent show from TVE as a format of Antena 3 with the purpose of find out the impact of this production company within the current television world.

Palabras clave

Gestmusic, talent shows, *Operación Triunfo*, *Tu Cara Me Suena*, audiencia, entrevista.

Keywords

Gestmusic, talent shows, *Operación Triunfo*, *Tu Cara Me Suena*, audience, interview.

1. Justificación

Hoy en día, las productoras audiovisuales son un pilar fundamental para las televisiones, tanto públicas como privadas, ya que aportan a esta era tecnológica y audiovisual una nueva forma de hacer televisión.

Como ya sabemos, este medio de comunicación actualmente converge principalmente con internet, potenciando la repercusión que pueden llegar a tener los productos audiovisuales, generados por las diferentes productoras de este sector, sobre la sociedad de hoy en día. Esto conlleva a realizar un análisis sobre las emociones que pueden llegar a generar estos contenidos sobre los diferentes espectadores.

Por otro lado, Umberto Eco (2016), escritor y filólogo italiano, comparó la televisión con la energía nuclear ya que ambas sólo pueden canalizarse a base de claras decisiones culturales y morales. Por tanto, otra razón justificativa de la investigación sería analizar el núcleo y las partes que conforman un producto audiovisual televisivo teniendo como referencia la cultura general que hay hoy en día en España y para ello nos centraremos en dos programas de televisión que actualmente están teniendo mucho éxito en nuestro país: *Operación Triunfo 2017* (La 1) y *Tu Cara Me Suena 6* (Antena 3), ambos pilares fundamentales de la productora Gestmusic.

Además, es necesario conocer los engranajes que componen una productora audiovisual de televisión y para ello vamos a centrar nuestra atención en Gestmusic, productora que lleva a cabo los dos proyectos que hemos comentado anteriormente.

En la actualidad, las redes sociales cumplen varias funciones: la de entretener, informar y la de proporcionar interactividad entre los usuarios que forman dichas redes. Con lo cual, es imprescindible ver cómo afectan las redes sociales en los contenidos televisivos y para ello nos centraremos en el programa de *Operación Triunfo 2017*, el cual ha sido muy bien acogido en España.

En conclusión, las reflexiones que se verán reflejadas en este Trabajo Fin de Grado son una forma de síntesis de parte del conocimiento adquirido de las fuentes utilizadas para desarrollar este proyecto universitario.

2. Antecedentes

Las productoras audiovisuales son actualmente una parte fundamental de la televisión española, así como también de la televisión global. Así es esta situación que la mayoría de los programas que vemos en las distintas cadenas están en manos de estas y/o de una productora.

Ahora bien, la documentación que se puede encontrar sobre estas empresas y su investigación es escasa, pero al mismo tiempo resulta abundante para tratar temas concretos que se llevan a cabo dentro de las productoras audiovisuales. Así, a través de varios textos representativos vamos a conseguir reflexionar sobre las productoras audiovisuales en España, aplicando la información extraída en este proyecto.

Por otro lado, el estudio del mundo audiovisual es siempre un reto, puesto que se trata de una realidad cambiante e inestable de la que reflexionar con un poco de perspectiva suele ser difícil. La causa de esto es porque se pretende analizar en todo momento lo más novedoso, y en ocasiones no ha pasado el tiempo suficiente para que estas reflexiones sean acertadas y sensatas.

Toda empresa tiene sus propias jerarquías y sin ellas todo lo anterior no podría ser investigado ya que los programas dependen de las productoras audiovisuales. Por ello, para investigar el núcleo y los diferentes elementos que componen estas entidades, recurriremos al manual de Javier Marzal y Francisco López (2008).

Como ya sabemos, la llegada de los canales autonómicos y, posteriormente, de las cadenas privadas rompió el monopolio de la televisión pública en España. Los operadores apostaron a partir de entonces por los grandes concursos espectaculares como fórmula para atraer a la audiencia y a la publicidad. Esta información la analizaremos más adelante gracias al artículo científico de Guerrero Pérez (2005), entre otros.

Como conclusión, en un contexto donde las redes sociales tienen un alto grado de relevancia en el ámbito audiovisual es necesario distinguir entre audiencia tradicional, aquella que se mide con el audímetro desde los años 90, y la audiencia social, aquella en la que el público utiliza algunas plataformas de internet para expresar su opinión sobre los contenidos televisivos. Ampliaremos este tema principalmente centrándonos en la red social de Twitter y utilizaremos para ello el Trabajo Fin de Grado de Salvador Macías (2015). Además, analizaremos las audiencias de dos programas de entretenimiento que pertenecen a la productora del estudio que vamos a llevar a cabo, estos son: *Tu Cara Me Suena 6* (Antena 3) y *Operación Triunfo 2017* (La 1).

3. Objetivos

El objetivo principal de este Trabajo Fin De Grado es analizar la repercusión de la productora Gestmusic en el ámbito televisivo a través de los proyectos que ha ido creando a lo largo de los años. Sin embargo, nos centraremos en dos programas de entretenimiento, uno de ellos es *Tu Cara Me Suena 6* (Antena 3) y el otro es un relanzamiento del formato original de un *talent show* que tuvo su época dorada en 2001 y que esta última edición ha terminado convirtiéndose en una revolución social en redes sociales, dicho programa es *Operación Triunfo 2017* (La 1). Además, estudiaremos brevemente los tipos de programas de entretenimiento que hay actualmente en nuestra televisión para dar paso posteriormente a nuestros dos programas objeto de estudio.

Con respecto a los objetivos secundarios, uno de ellos sería investigar la influencia de las productoras audiovisuales en España y para ello nos centraremos en Gestmusic, la cual ha tenido una progresiva relevancia en el panorama televisivo español desde sus comienzos hasta ahora. Además, haremos un estudio de los engranajes que forman esta productora española para su posterior investigación de sus dos programas clave.

Por otro lado, como último objetivo secundario es imprescindible un análisis de audiencia y de repercusión en redes sociales de los dos programas citados anteriormente.

4. Metodología

A continuación, se presenta la metodología empleada en el desarrollo del trabajo. La metodología permite conocer las actividades y las estrategias seguidas en esta investigación para analizar los puntos de nuestro proyecto. Ahora bien, la investigación correspondiente a este trabajo tiene una doble aplicación metodológica, por una parte es cuantitativa y por la otra es cualitativa.

En cuanto a la **metodología cuantitativa**, recurriremos a las audiencias obtenidas por los dos programas objeto de estudio de este Trabajo Fin de Grado: *Tu Cara Me Suena 6* (Antena 3) y *Operación Triunfo 2017* (La 1). El tramo de período que abarca dicho análisis de audiencia es desde el 23 de octubre de 2017 hasta el 2 de marzo de 2018. Además, estudiaremos la audiencia social que ha generado principalmente *Operación Triunfo 2017* y su impacto en redes sociales.

En cuanto a la **metodología cualitativa**, utilizaremos el método de la entrevista, para ello tendremos como entrevistado a Ismael Agudo, coordinador musical de formatos como *Tu Cara Me Suena*, *El Número 1*, *Operación Triunfo* o *Destino Eurovisión*, además de director y presentador de programas de radio musicales en *COMRàdio* y *Ràdio Barcelona*, *Cadena Ser*.

Por otro lado, analizaremos varios documentos que nos permitirán elaborar las preguntas que le haremos al entrevistado, todas ellas partiendo de la base de la productora Gestmusic y su influencia en el mundo audiovisual.

Primero de todo, veremos la historia de la productora objeto de estudio y de su impacto en la televisión de hoy día a través de su página web oficial. A través de la clasificación apuntada por Marzal y López (2008), estudiaremos la jerarquía de las empresas de televisión para hacernos una idea de la organización de nuestra productora objeto de estudio, además veremos los tipos de producciones en función de quién las elabora ya que en este caso, al tratarse Gestmusic de una productora ajena es interesante conocer esta clasificación para determinar qué tipo de producción se le asocia a los dos programas que estudiaremos más adelante en profundidad.

Posteriormente, haremos una introducción a los géneros de entretenimiento y analizaremos las claves (Mopez, 2018) que han hecho que *Operación Triunfo 2017* se convierta además de en un fenómeno televisivo, en un fenómeno social principalmente. Por otro lado, veremos detalladamente las claves del formato de *Tu Cara Me Suena* que han hecho que este *talent show* tenga éxito en medio mundo. Además, lograremos entender los motivos por los que la sexta edición de *Tu Cara Me Suena* no ha funcionado adecuadamente. También, veremos una comparación entre el formato del *talent show* de Antena 3 con el de su competidor principal durante esta temporada, *La Voz* (Telecinco). Para ello, tomaremos como referencia el artículo de opinión del periodista Borja Terán

(2017). Así, conseguiremos hacernos una idea del porqué de los gráficos de audiencia que veremos en el punto 7.3.

Por último, haremos una introducción de los tipos de audiencias que hay y de la medición de estas a través de Quintas y González (2015), Galán (2016) y Macías (2015), para acabar con el análisis de audiencias de los dos programas objeto de estudio.

El tiempo programado para el análisis de audiencias ocupará hasta marzo, mientras que la investigación de documentos desde marzo de 2018 hasta junio de 2018. La entrevista se ha realizado durante el mes de julio.

Para finalizar, veremos una tabla en la que se ve reflejada la periodización de las actividades que se llevarán a cabo a lo largo de este Trabajo Fin de Grado.

	Octubre 2017	Noviembre 2017	Diciembre 2017	Enero 2018	Febrero 2018	Marzo 2018	Abril 2018	Mayo 2018	Junio 2018	Julio 2018
Entrevista										X
Audiencias	X	X	X	X	X	X				
Documentos						X	X	X	X	
Tutorías					X	X	X	X	X	X

5. Gestmusic

5.1. Historia

La productora objeto de estudio fue creada en el año 1985 por los componentes del grupo musical “La Trinca”: Josep Maria Mainat, Toni Cruz y Miquel Àngel Pascual.

Con respecto a los inicios de su trayectoria televisiva, nos encontramos con el programa *No passa res!* en el año 1987 para la cadena pública catalana, TV3. Este espacio alcanzó tal éxito que aglutinó 1.500.000 de espectadores, convirtiéndose en el más visto de la cadena, además consiguió el Premio Ondas de televisión, siendo la cadena pública catalana la única autonómica en conseguir un premio ese año.

Posteriormente, en los años 90 y con la aparición de las cadenas privadas, Gestmusic se convirtió en una de las principales productoras del país creando un total de cien formatos entre cadenas nacionales y autonómicas como *Crónicas Marcianas* o *Lluvia de estrellas*, entre otros.

En 1995, Gestmusic se unió a la productora internacional *Endemol* pasando así a llamarse Gestmusic Endemol. A día de hoy, el Director General de la productora es Tinet Rubira, aunque hasta el año 2011 este cargo ha sido ocupado por Josep Maria Mainat y Toni Cruz.

Actualmente, Gestmusic se encuentra dentro del Grupo Endemol Shine, una compañía global de creación, producción y distribución de productos audiovisuales con actividad en más de treinta mercados.

En el año 2001, el formato *Operación Triunfo* revolucionó el panorama televisivo español y esto hizo que Gestmusic tuviera una gran repercusión entre los creadores audiovisuales a nivel internacional al producirse este programa en más de 25 países. En estos últimos años, encontramos otros formatos creados en Gestmusic, como *El Número Uno* y *Tu Cara Me Suenas*, los cuales han tenido su hueco en otros países, principalmente éste último que se ha vendido en 43 países, siendo el formato español más exportado de toda la historia de la televisión española según Gestmusic (2018).

Entre las producciones de mayor éxito de esta productora destacan *Operación triunfo*, *Crónicas Marcianas*, *Lluvia de estrellas*, *No te rías que es peor*, *Parodia nacional*, *El hormiguero*, *¡Mira quién baila!*, *¡Allá tú!*, *Atrapa un millón*, *Tú sí que vales*, *Tu cara me suena* y *¡Ahora Caigo!*, entre otros (Gestmusic, 2018).

5.2. Jerarquía y tipos de producciones

Como define Francisco López: “Existen diversas formas particulares de organización para cada tipo de empresa y, además, estas son mutables y adaptables a los cambios que se introducen en los objetivos empresariales propios de cada televisión que, finalmente, afectan a los procesos de producción” (2008 : 128).

Ahora bien, Francisco López (2008) ha establecido un esquema básico general de jerarquía que es aplicable a cualquier empresa de producción, con un grado de complejidad mayor o menor dependiendo del caso que nos encontremos.



Fuente: Elaboración propia a partir de López (2008)

Como podemos observar en esta jerarquía, nos encontramos con el propietario que se encargaría de la dirección de la empresa, ejerciendo su mandato sobre el director de programación (Área de contenidos), el gerente (Administración) y el director técnico (Área técnica). Como se refleja en el manual de Javier Marzal y Francisco López (2008), el director de programación es el que tiene la última palabra si se le da luz verde a un producto para su correspondiente difusión, valorando la calidad artística y técnica de este. Para ello, está en continuo contacto con las áreas técnica y de administración.

A continuación, veremos la composición del equipo de la productora Gestmusic, donde podemos apreciar que el esquema básico anterior se queda muy por debajo de la diversidad de departamentos que tiene la productora objeto de estudio. Se ha utilizado como fuente la página web de la productora.



Tinet Rubira

Director General



Montse Claros

Producción Ejecutiva



Verónica Pareja

Adjunta a Dirección



Corinna Sarsanedas

Dirección de Producción



Almudena Sánchez

Administración y Finanzas



Noemí Galera

Casting



Laia Vidal

Dirección de Programas



Glòria Hernández

Dirección de Programas



Núria Fonollà

Dirección de Programas



Marianne Ciurana

Internacional



Àngel Custodio

Nuevos Formatos



Ferran Armengol

Realización



Lluís Casas

Marketing



Ismael Agudo

Producción Musical



Pere Prat

Ingeniería Técnica



Carles Flamarique

Informática e Infraestructuras



Jordi Selma

Grafismo e Infografía



Yaiza Martínez

Comunicación



Laia Seguer

Recursos Humanos



Marta Ferrando

Jurídico



María Dalmases

Formación



Magda Pérez

Documentación



Víctor Sanz

Público



Fuente: Gestmusic.es

En la imagen anterior, vemos cómo actualmente una productora cuenta con diversos departamentos para así llevar mejor cada una de las funciones que necesita el buen desarrollo de un producto audiovisual.

Es cierto que actualmente empleamos el término productor ejecutivo para referirnos al responsable máximo de la elaboración de un proyecto audiovisual y de su posterior producción, es decir, a aquel profesional implicado desde el inicio en la creación, realización y comercialización de un programa (Guerrero, 2012). Ahora bien, encontramos siete funciones que hacen que identifiquemos a este profesional (Sáinz, 1995):

1. Propone y desarrolla ideas dentro de un área específica de programación.
2. Dirige tanto los equipos técnicos como humanos, distribuyendo estos recursos entre distintos proyectos de producción.
3. Se encarga de asuntos financieros, cooperando con instituciones y entidades públicas y privadas con el fin de resolver los problemas económicos y de contenido que se encuentren durante la producción.
4. Realiza una distribución lógica del presupuesto de su área entre los programas que están a su cargo.
5. Controla que aspectos como la cantidad y la calidad de producto sean los adecuados de acuerdo con los planes estratégicos de programación.
6. Programa la emisión de sus productos.
7. Difunde tanto la publicidad como el patrocinio de los programas que produce, y otros subproductos como logotipos, músicas, etcétera.


Por otro lado, es necesario que sepamos los tipos de producción que emplean las empresas de televisión para la elaboración de programas, en función de quien elabora el producto audiovisual (López, 2008):

- **Producción propia:** es aquella que se realiza con los recursos técnicos y humanos de la propia televisión.
- **Producción ajena:** elaborada por empresas de producción ajenas a la televisión, entregándole el programa listo para su emisión a esta.
- **Co-producción:** corresponde a la participación de la televisión aportando recursos humanos, técnicos y financieros para la elaboración de un producto audiovisual en colaboración con empresas de producción ajena.

Los dos programas que vamos a analizar más adelante serían co-producciones entre la productora y la cadena de televisión, en el caso de *Operación Triunfo 2017* encontramos a TVE mientras que en *Tu Cara Me Suena 6* es Antena 3 (Agudo, 2018).

5.3. Impacto de Gestmusic en la televisión

Para ver la repercusión de esta productora en el mundo de la televisión solo hace falta ver la cantidad de premios que ha recibido a lo largo de su trayectoria, recibiendo sus dos primeros en 1987: *Tariro*, ¡*Tariro* (TV3), TP de Oro al mejor programa de entretenimiento y a *No Passa Res!*, (TV3) Premio Ondas programa televisión. A partir de ese año, los premios fueron aumentando hasta llegar al año 2017, en el que se consiguió la máxima de premios por año. Un total de once premios repartidos entre tres programas de entretenimiento, recibiendo la mayoría *Operación Triunfo 2017*, seguido de *Tu Cara Me Suena* y ¡*Ahora Caigo!* En la siguiente ilustración vemos dichos reconocimientos en los que se premia principalmente a *Operación Triunfo 2017* como mejor formato, además de premiar a Roberto Leal como mejor presentador del año, así como también a los concursantes Alfred y Amaia como mejor actuación del año por su interpretación de “City of Stars”. Además, *Tu Cara Me Suena* recibe dos premios a mejor programa de entretenimiento.



2017

- **¡Ahora Caigo!** Premio Zapping al mejor programa de entretenimiento 2017.
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Teletuitero al mejor talent show 2017 para “Operación Triunfo 2017”
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Teletuitero a la mejor conducción masculina 2017 por “Operación Triunfo 2017”
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Dial: premio especial como fenómeno musical del año.
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 al mejor programa de entretenimiento 2017.
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 mejor presentador del año (Operación Triunfo 2017 & España Directo)
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Zapping al mejor presentador del 2017.
- **Alfred y Amaia** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 a mejor momento del año por ‘City of Stars’.
- **OT : El reencuentro** (RTVE) Premio de la crítica del FESTIVAL al mejor programa de entretenimiento.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio Iris de la Academia de Televisión al mejor programa de entretenimiento de España.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio Aquí TV al mejor talent show en España.

Fuente: Gestmusic.es

Tal como define Teresa Ojer: “Los premios suponen prestigio y reconocimiento para el trabajo realizado. En las compañías de televisión, pueden contribuir a la rentabilidad de los programas. Por ejemplo, un programa galardonado será más fácilmente exportable, se reconocerá la profesionalidad del equipo que ha trabajado en su realización y ayudará a crear una imagen de marca fuerte y positiva de la cadena” (2010). A esto tenemos que añadir que ese prestigio se le suma en este caso a la productora también.

En conclusión, en estos últimos años Gestmusic se ha ganado un gran prestigio gracias principalmente a sus productos claves: *Operación Triunfo 2017* y *Tu Cara Me Suena*. La causa de esto se debe como veremos en los análisis de ambos programas a que son *talent shows* pensados para un amplio *target*¹ y con unas características que no dejan indiferente a nadie. Aquí vemos que, a pesar de que la productora tenga como objetivo entretener al espectador, también tiene como meta generar el mayor beneficio con la menor inversión, y en el caso de hacer una inversión mayor tiene que haber un 90% de éxito asegurado del programa que se va a producir. Además, por otro lado, la producción de contenidos siempre genera un riesgo que no es previsible, teniendo la última palabra la audiencia como veremos más adelante (Hinojosa, 2005).

Como curiosidad, podemos echar un vistazo a todos los premios conseguidos por esta productora en el **Anexo I**, donde se muestran la cantidad de programas de entretenimiento que han producido y los reconocimientos que han obtenido, demostrándose así el esfuerzo y la dedicación por hacer que el espectador disfrute de los productos que se le ofrecen.

¹ Es el destinatario al que pretende llegar un servicio o un producto y sus correspondientes campañas de difusión (Pérez y Gardey, 2014).

6. Géneros de entretenimiento

Antes de centrarnos en los dos programas objeto de estudio de este Trabajo Fin de Grado, es necesaria una breve introducción al mundo de los géneros de entretenimiento. Como bien sabemos, entre los objetivos de la televisión destaca el hacer disfrutar al espectador, educarlo e informarlo a través de sus programas (Romero y Degrado, 2005).

En la actualidad, hay diversos tipos de programas que tienen como premisa entretener al espectador, he aquí la distribución de estos espacios televisivos (Guerrero y Etayo, 2015): concursos, *reality shows* (*telerrealidad*), programas musicales y *talent shows*, programas de humor y entretenimiento, divulgativos y docuseries.

Nos centraremos en el *reality show* ya que *Operación Triunfo 2017*, a pesar de ser un programa musical o *talent show*, podríamos considerarlo también como de telerrealidad al haber incluido Gestmusic la opción del canal 24h en Youtube como veremos más adelante.

Tal como afirman Brito y Capito: “La televisión se ha convertido en un lugar sociocultural, narrativo y estético, por ello las sociedades tienden a crear un sentido de proximidad y reconocimiento, está llena de experiencias cotidianas de la gente “común” que se han convertido en las protagonistas de historias llevadas a la pantalla, este escenario mediático y dramático lleva el nombre de *reality show*” (2017 : 100). Así llegamos a la conclusión de que *Operación Triunfo 2017* nos ha permitido adentrarnos en la academia donde los diferentes concursantes han hecho vida entre ellos, compaginando la formación de su talento con charlas sobre temas de salud y visitas de artistas del panorama español.

Por otro lado, gracias a la convergencia entre la televisión e internet, además de la facilidad de acceder a contenidos audiovisuales a través de segundas pantallas, se ha generado una nueva producción de contenidos, distribución y comercialización, interesantes modelos de negocio y nuevas maneras de medir la audiencia como veremos más adelante. En definitiva, tal como afirma Rincón: “Habitamos los tiempos de la multiplicidad de pantallas, el negocio de los formatos, las lógicas de otras emociones, el estallido de las narrativas audiovisuales, la multiplicación de las estéticas, la diversidad de sensibilidades/identidades. Tiempos donde cada uno puede hacer la televisión como se le da la gana. Lo significativo es lo cercano, lo vital, lo emocional, lo imprevisto” (2011 : 44).

La productora Gestmusic ha logrado, como veremos más adelante, lo que sentencia Rincón: hacer partícipe a la audiencia en sus programas, especialmente en el *talent show* de *Operación Triunfo 2017*.

En conclusión, los *talents shows* y los *reality shows* han sabido aprovechar esta nueva televisión que ha recibido el nombre de interactiva, donde el espectador tiene la oportunidad de participar en la estructuración y en la selección de los contenidos a los que se expone (Millán y Ruano, 2005).

En los próximos subpuntos veremos algunas claves que se deben tener en cuenta a la hora de elaborar un *talent show*. Analizaremos para ello los dos grandes pilares de la productora Gestmusic: *Operación Triunfo 2017* y *Tu Cara Me Suena*.

6.1. Operación Triunfo 2017

6.1.1. Ficha del programa

Género	Entretenimiento
Formato	Talent Show
Presentador	Carlos Lozano (2001 – 2004) Jesús Vázquez (2005 – 2009) Pilar Rubio (2011) Roberto Leal (2017 –)
Temporadas	10
Programas	130
Productor Ejecutivo	Jordi Rosell
Empresa productora	Gestmusic (Endemol Shine Iberia)
Dirección	Tinet Rubira
Guion	Ana Boadas
Cadena	La 1 (TVE) y Telecinco
Calificación por edades	No recomendado para menores de 7 años
Duración	180 minutos
Emisión	22/10/2001 – 13/02/2018
Fecha de medición	Temporada 10 (octubre 2017 – febrero 2018)

Fuente: Autoría propia a partir de los datos de El País y El Mundo

6.1.2. Concepto del programa, claves de su éxito y análisis DAFO

Operación Triunfo 2017, presentado por Roberto Leal, es un *talent show* producido por Gestmusic (Endemol Shine Iberia) para la cadena La 1 (TVE), emitido desde octubre de 2017 hasta febrero de 2018. En el programa, dieciséis jóvenes estarán en una academia para formarse como artistas y pasar de ser unos desconocidos a cantantes reconocidos. Entre las actividades que se desarrollan en la academia encontramos clases de técnica vocal, interpretación, yoga, imagen personal, fitness, baile, entre otras.

Con respecto a la mecánica de las galas, cada lunes los concursantes interpretan un tema que se han tenido que preparar a lo largo de una semana. Posteriormente, el jurado del *talent show* valorará las actuaciones de los aspirantes y decidirán qué cuatro concursantes deben estar nominados. Después los profesores de la academia salvarán a uno de ellos y los concursantes a otro, quedando así los dos nominados de la semana. En el jurado siempre habrá un cuarto miembro rotatorio para ayudar al trío (Manuel Martos, Mónica Naranjo y Joe Pérez-Orive) a elegir a los aspirantes que abandonan la academia.

Como novedad de esta edición, se ha diseñado una *app* que permite votar por aquel concursante al que los espectadores consideran favorito de la semana con el fin de que se pueda salvar de ser uno de los cuatro nominados. Esta aplicación permite seleccionar a quién de los dos aspirantes a abandonar la academia les gustaría salvar, sumando las votaciones obtenidas a través de la *app* y las votaciones del televoto, ya sea por SMS o llamadas telefónicas.

Por otro lado, es conveniente saber que Gestmusic ha apostado fuerte por su *casting* ya que ha habido diferentes concursantes, cada uno de ellos con su personalidad, que han hecho que el espectador no aparte la vista de la televisión ni de las redes sociales.

➤ CONCURSANTES

Esta sería la principal clave del éxito del *talent show*. Esos 16 aspirantes, con edades desde los 18 hasta los 30 años, buscan aprender dentro de la academia y formarse mejor tanto personalmente como artísticamente. La elección de estos concursantes ha sido determinante ya que a pesar de tener personalidades diferentes han sabido integrarse unos con otros. En definitiva, la audiencia del programa ha logrado empatizar con cada uno de los participantes y vemos cómo el equipo de *casting* ha sabido rescatar ese espíritu que transmitía aquella primera edición y sin ningún tipo de estrategia. Centrándonos en el *casting* de la próxima edición de *Operación Triunfo* y tal como afirma Ismael Agudo, coordinador del programa: “El *casting* debería seguir el mismo camino que representa a una generación, en este caso a la *millennial* concretamente, y que es la más formada que hemos tenido hasta la actualidad desde que existe *Operación Triunfo* en 2001” (2018).

➤ PROFESORADO

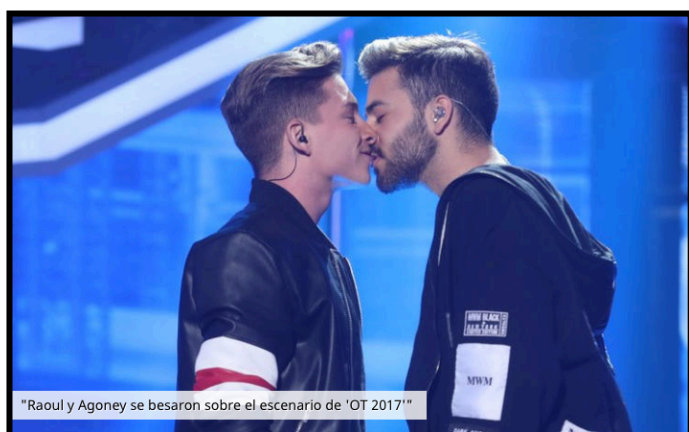
Los profesores de la academia de *Operación Triunfo 2017* han hecho posible que los concursantes se sientan como en casa, los han guiado tanto en lo personal como en lo profesional. Sin embargo, debemos destacar el trabajo de Noemí Galera, directora de la academia en esta edición, que se ha encargado de guiar a los 16 aspirantes durante la estancia en la academia. Por otro lado, encontramos al director musical Manu Guix, que ha sido como el subdirector de esta y también se ha encargado de aconsejar a los concursantes.

Ahora bien, una de las grandes sorpresas de esta edición han sido los maestros de interpretación, Javier Calvo y Javier Ambrossi, que además de ser los responsables de la creación de la serie *Paquita Salas* (2016 –) han trabajado para hacer que los concursantes aporten a este *talent show* un toque original, para marcar así la diferencia con respecto a otras ediciones.

Por otro lado, también debemos destacar el trabajo de Joan Carles Capdevila (profesor vocal), Magali (profesora de forma física y vida sana), Vicky Gómez (profesora de baile), Mamen Márquez (profesora de técnica vocal) y Laura Andrés (profesora de piano, lenguaje musical y rítmica), que al igual que los profesores citados anteriormente han sido parte fundamental del éxito del programa.

➤ APERTURA DE TVE

Este *talent show* ha conseguido que Televisión Española (TVE) innove y apueste por la diversidad, adaptándose así a este siglo XXI. No obstante, Ismael Agudo afirma que *Operación Triunfo 2017* ha traído nuevas fórmulas, es decir, se ha abierto una puerta, una generación que no estaba del todo representada, pero eso es más una cuestión circunstancial que una cuestión de giro radical de temas tabú, ya que cree que tanto como temas tabúes no ha habido (2018). Por otro lado, las diversas historias de los concursantes han hecho que el *target*, principalmente el joven, conecte emocionalmente con cada uno de ellos ya que hoy en día la juventud en general posee una gran riqueza de valores en las que el respeto y la diversidad predominan ante todo. Véanse los siguientes ejemplos que han conseguido hacerse virales gracias a TVE, por un lado, el beso entre Raoul y Agoney, por otro lado, el de Marina y su novio transexual, Bastián.



Fuente: Los Replicantes



Fuente: Google Fotos

Además, dentro de la academia de *Operación Triunfo 2017* se ha dado importancia a temas como el VIH, las diferentes identidades sexuales o los problemas de ansiedad, entre otros. Los concursantes también mostraban su lado más humano e íntimo tratándose así temas como el *bullying*, el apoyo a los refugiados o el feminismo.

➤ PRESENTADOR

La elección de Roberto Leal como presentador para esta edición ha sido una espada de doble filo, ya que este no tenía experiencia en programas de entretenimiento. Leal pasó de ser el conductor del programa de actualidad informativa *España Directo* (La 1) a presentador de uno de los *talent shows* con más repercusión en la televisión española a día de hoy. Básicamente, Roberto Leal ha dejado su propia marca tal como lo define el periodista Álvaro Palazón: “Cercano con los *triumfitos*, gracioso, centrando el foco en los concursantes y no en sí mismo, Leal ha conseguido que las galas sean amenas y sin la caspa de Carlos Lozano o la inexperiencia de Pilar Rubio, que llevó a *Operación Triunfo* a su mínimo histórico en Telecinco” (2018). En conclusión, Roberto es un perfil que tiene varias cosas a favor: una, es periodista; dos, tiene muchísima experiencia tanto en reporterismo como en directos y en presentación y tres: está en una generación de mediana edad, no tiene aún los 40 años y, por tanto, tiene todas las características que podrían ser buenas para darle esa oportunidad (Agudo, 2018).

➤ CANAL 24H Y REDES SOCIALES

Como veremos más adelante a través de la audiencia social, el boom de este *talent show* ha sido principalmente social. El causante de esto ha sido el canal 24h de Youtube destinado al programa de *Operación Triunfo 2017* y las diferentes redes sociales, tanto de las cuentas oficiales del *talent show* como las de Instagram de los propios concursantes, ya que cada uno de ellos compartía su vida dentro de la academia a través de fotografías y vídeos que eran revisados por la organización para ver qué se podía subir. Esto ha hecho que la audiencia se vincule más al programa debido a que podía estar al día de lo que ocurría dentro de la academia.

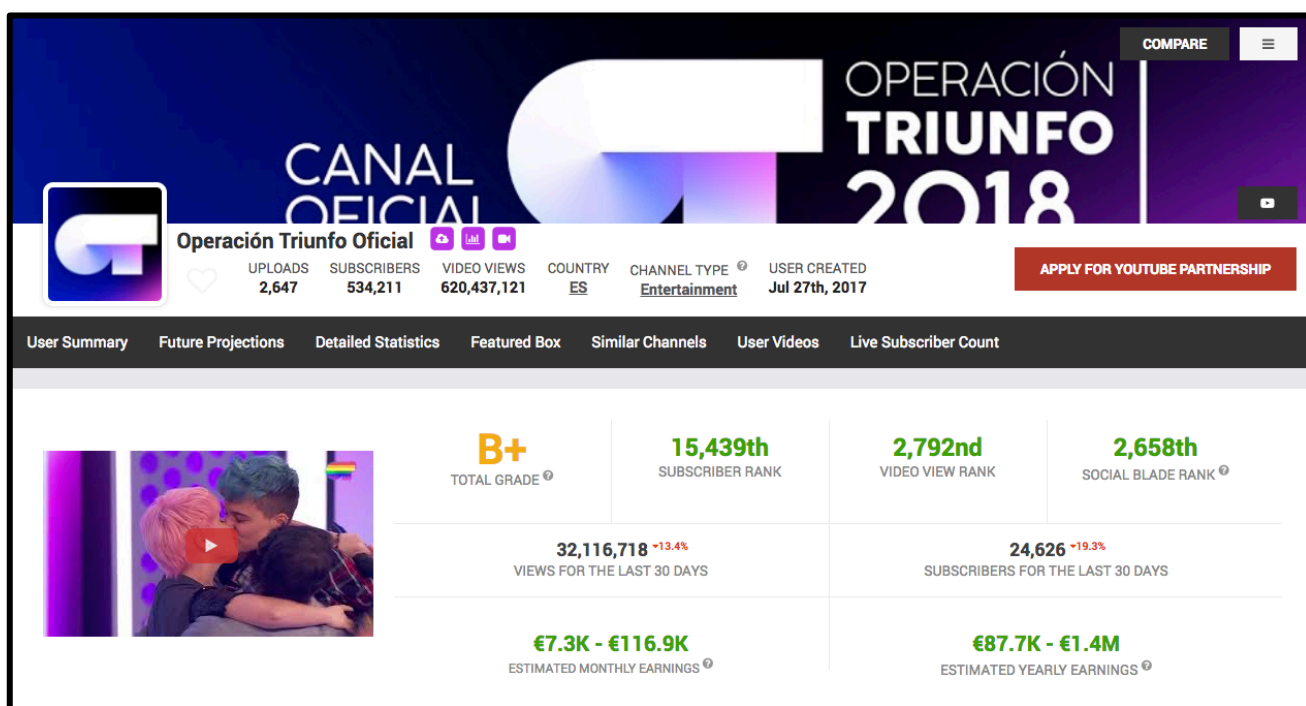
Por otro lado, la vía principal a través de la cual los espectadores han podido acceder a la vida dentro de la academia, y asistir tanto a las diferentes clases como a la evolución de los concursantes, ha sido el canal 24h disponible en Youtube. Sin ninguna duda, los *pases de micros* tanto del jueves como del sábado han sido los momentos en los que se ha registrado mayor seguimiento por parte de los espectadores (Mopez, 2018). En definitiva, ha sido un verdadero acierto apostar por la plataforma de Youtube para establecer el canal 24h de este programa, ya que es de fácil acceso para el usuario y actualmente es un medio muy demandado debido a la cantidad de contenido (videoclips de artistas, vídeos de youtubers, vídeos relacionados con programas de televisión, ...) que hay en su base.

Con respecto a Twitter, se ha convertido en la red que ha recibido mayor impacto del programa como veremos más adelante, registrándose el *hashtag* del directo de cada día del *talent show* entre lo más comentado dentro de esta red social.

Gestmusic ha confiado en la plataforma Youtube como medio para que los espectadores estén al tanto de lo que ocurre dentro de la academia, además de elegir a un equipo de comunicación que ha sabido desenvolverse a través de las redes sociales y mantener un buen *feedback* con los diferentes usuarios. Desde la primera edición del concurso no se recuerda un seguimiento como este (Palazón, 2018).

En definitiva, el Canal 24h sin duda ha sido uno de los grandes pilares para el éxito y el *engagement* de *Operación Triunfo 2017*, esa relación entre espectador y concursante que hemos tenido en esta edición (Agudo, 2018).

Además del 24 horas, al canal de Youtube también se han subido resúmenes, las actuaciones, las clases, *castings* y todo tipo de contenido relacionado con *Operación Triunfo 2017* que ha dado como resultado, a 28 de junio de 2018, **534.211 suscriptores** y **620.437.121 visualizaciones**. Además, es interesante ver los ingresos estimados generados por este *talent show* sólo a través del canal de Youtube. Todos estos datos han sido recogidos gracias a la página de *socialblade*.



Fuente: Datos recogidos el día 28 de junio de 2018 en Socialblade

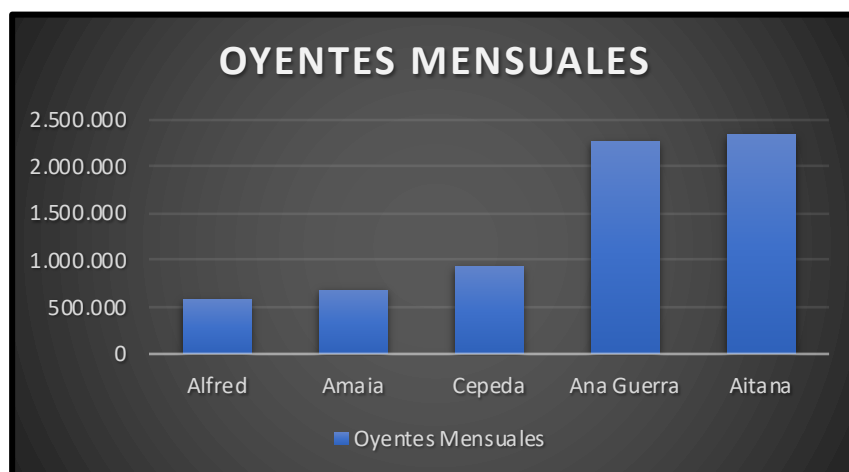
Como podemos apreciar en la anterior ilustración, el canal 24h de Youtube obtiene un **rango B+** (precede el A+, A y A-), tras cinco meses después de su emisión habiendo conseguido el rango más alto durante el periodo de emisión en televisión. Teniendo en cuenta todos los canales que analiza la página *Socialblade*, el de *Operación Triunfo* se coloca en el puesto **2.658** a día 28 de junio de 2018.

Por otro lado, con respecto a los ingresos estimados que genera el canal **mensualmente**, nos encontramos con cifras que abarcan entre **los 7.300€ y los 116.900€** y **anualmente** entre **los 87.700€ y 1.400.000€**. Es cierto que las visualizaciones bajan un 13,4% teniendo en cuenta los 30 días anteriores a esta fecha, obteniendo **32.116.718 visualizaciones**. Ocurre lo mismo con los suscriptores, se registra una bajada de un 19,3% con respecto a los últimos 30 días, reflejando **24.626 usuarios** que se han apuntado a seguir el canal.

En conclusión, como hemos visto en la imagen, el canal 24h de Youtube sigue registrando una cantidad aceptable de visualizaciones y de suscriptores al mes, a pesar de haber terminado la emisión del programa. Una de las causas de que no se genere una caída considerable de visualizaciones y de suscriptores, se debe al hecho de que sigue habiendo actividad en el canal, ya que se van subiendo vídeos de los *castings* que se están llevando a cabo para la próxima edición o contenido especial relacionado con esta edición.

Una vez analizadas las claves principales del éxito, pasemos a ver las secundarias. Por un lado, el fenómeno *Amaia de España*; la ganadora de *Operación Triunfo 2017* ha hecho que los espectadores interactúen más con el programa. Gracias a su sencillez y a su talento, transmitido principalmente en sus actuaciones de “*City Of Stars*” (junto a Alfred) y “*Shake It Out*”, consiguió postularse como ganadora de esta edición. Además, gracias a sus frases, Twitter se ha llenado de memes relacionados con ella. Por otro lado, la buena acogida de los concursantes en las plataformas de *streaming* musical como Spotify ha supuesto un plus para el programa debido al número de oyentes mensuales que tienen estas. A continuación, veremos un gráfico que muestra el Top 5 de concursantes con más oyentes mensuales actualizado al 28 de junio de 2018, donde vemos que cuatro de ellos quedaron finalistas de esta edición.

Gráfico 1 – OYENTES MENSUALES



Fuente: Datos recogidos a fecha de 28 de junio de 2018 de Spotify

Como podemos ver en el gráfico de oyentes mensuales, las concursantes Aitana (2º lugar) y Ana Guerra (5º lugar) obtienen más con respecto a Cepeda (8º expulsado), Amaia (ganadora de *Operación Triunfo 2017*) y Alfred (4º lugar). Esto se debe principalmente a la canción de *Lo Malo*, que les fue asignada a ambas para que la cantaran en dúo en la gala de Eurovisión, quedando en tercer lugar para la elección de la representación de España en el festival europeo de la canción de este año.

Para finalizar el análisis de este programa, veremos a continuación el **análisis DAFO** de *Operación Triunfo 2017* que hemos realizado gracias a toda la información anteriormente comentada. A partir de este extraeremos preguntas para insertarlas en la entrevista.

 ANÁLISIS DAFO: OT 2017		
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentador. • <i>Casting</i>. • Profesorado. • Multiplataforma. • Canal 24h. • Redes Sociales. <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Hora de inicio y de final de las galas.² <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Unificar diversos <i>targets</i>. • Dar a conocer a nuevas promesas de la música. • <i>Merchandising</i> (discos, camisetas, calendarios,...). <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia (La que se acerca de Telecinco)³ • <i>Quemar el formato</i>. <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>

Fuente: Autoría propia

² Lo veremos en profundidad en el punto 7.2.

³ Igualmente, con respecto a la nota al pie anterior.

6.2. *Tu Cara Me Suena 6*

6.2.1. Ficha del programa

Género	Entretenimiento
Formato	Talent Show
Presentador	Manel Fuentes
Temporadas	6
Programas	107
Productor Ejecutivo	Carlos Recio
Empresa productora	Gestmusic (Endemol Shine Iberia)
Dirección	Tinet Rubira
Guion	Ana Joven
Cadena	Antena 3
Calificación por edades	Apto para todos los públicos
Duración	150 minutos
Emisión	28/09/2011 – 02/03/2018
Fecha de medición	Temporada 6 (septiembre 2017 – marzo 2018)

Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV y Hola

6.2.2. Concepto del programa, claves del éxito de su formato y análisis DAFO

Tu Cara Me Suena 6, presentado por Manel Fuentes, es un *talent show* producido por Gestmusic (Endemol Shine Iberia) para la cadena Antena 3, emitido desde septiembre de 2017 hasta marzo de 2018. En el programa, nueve concursantes asumen el papel de un artista determinado e interpretan una de sus canciones, imitando lo mejor posible al cantante original que le haya tocado, tanto en voz como en interpretación. Además, cuentan con el equipo de caracterización de la propia productora que transforma su imagen para que se parezcan físicamente al artista que deben imitar.

Con respecto a la mecánica de las galas, cada viernes los concursantes se meterán en la piel del artista que les haya salido en el llamado *pulsador*. Para ello tienen una semana para prepararse la canción y los movimientos característicos de su intérprete con dicho tema. Posteriormente el jurado del *talent show* (Carlos Latre, Àngel Llàcer, Lolita y Chenoa), que tiene el 50% del peso de las votaciones, valorará las actuaciones de la noche y repartirá sus puntos (4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11 y 12) entre los diferentes concursantes. Más tarde entra en juego la decisión del público del plató, al que correspondería el otro 50%. Este repartirá los mismos puntos que el jurado a los distintos concursantes a través de unos mandos que hay en cada uno de los asientos situados en el plató.

Como novedad de esta edición, nos encontramos con un nuevo plató totalmente diferente al anterior. Tal como define Gestmusic: “El nuevo escenario será capaz de albergar a más público en sus gradas hasta albergar a **más de 530 personas**. El nuevo escenario tiene unas impresionantes cifras: **10 cámaras**, de las cuales hay 2 grúas, 1 steadycam y 1 autónoma. Además, tiene **160 m² de pantallas de led** de resoluciones 4,8; 3,9 y 2,9 mm², de las cuales hay 15 metros cuadrados de pantallas curvas. El nuevo plató cuenta con una **iluminación de última generación y de bajo consumo** con 170 ‘robotizados’, 160 proyectores de Led RGB, 20 Fresnels de 5000w y 380m de estructura de truss, entre otros elementos” (Gestmusic, 2017).

A continuación, veremos la evolución de los diferentes platós a través de varias imágenes en las que se puede apreciar esa búsqueda de la innovación y el progreso por hacer una televisión de calidad.

PLATÓ TCMS 1 – TCMS 3



Fuente: metric3.com

PLATÓ TCMS 4 – TCMS 5



Fuente: sono.es

PLATÓ TCMS 6 - ACTUALMENTE



Fuente: Gestmusic.es

➤ CONCURSANTES

La base del *talent show* de *Tu Cara Me Suena* reside en el *casting*, por lo que encontrar un elenco equilibrado es esencial tal como afirma Nùria Fonollà, directora del programa (Vanitatis, 2017). Eso sí, el *casting* no tiene por qué estar formado sólo por rostros famosos, sino que debe haber buenos cantantes e imitadores, además de humoristas para darle ese plus de comedia al programa. En definitiva, como afirma Carmen Ferreiro, directora de entretenimiento de Antena 3: “El 70% del grueso del *casting* debe cantar bien, porque la base del programa es que hagan buenas interpretaciones, que no quede algo paródico sino bien hecho” (Vanitatis, 2017).

Durante todas las ediciones hemos visto un mismo perfil de concursantes, estableciéndose así una jerarquía común en todo el formato de *Tu Cara Me Suena*: “Hay un cliché de personajes que se repiten en cada edición, porque ya se ha comprobado que funcionan: un par de humoristas, un cantante veterano, alguno joven para ese otro perfil del público, algún imitador profesional, algún actor... Unos roles que terminan funcionando” (Fonollà, Vanitatis, 2017).

Durante su sexta edición *Tu Cara Me Suena* ha ido perdiendo audiencia como veremos en el **punto 7.3**. Sin embargo, una vez que acaba *La Voz* (Telecinco), que se convirtió en esta temporada en su competidor principal, ha ido consiguiendo más audiencia. Una de las causas por las que esta edición ha sufrido caídas en el *share*⁴ se ha adjudicado al *casting* al haber menos caras conocidas con respecto a anteriores ediciones. La directora del programa, Nùria Fonollà, reflexiona sobre ello y establece un punto medio como podemos ver a continuación: “Creo que el *casting* de este año es fantástico, es estupendo en dos sentidos, por un lado, se cumplen todos los roles de personajes que tiene que haber y, por otro lado, hay más volumen de gente que canta estupendamente bien. Sin embargo, es cierto, que tenemos que pensar que llevamos seis ediciones y hemos quemado muchos nombres, no es tan fácil de encontrar caras tan conocidas” (Vanitatis, 2017). Ahora bien, es cierto que este *casting* ha hecho que el programa gane más prestigio y aumente su amplio abanico para encontrar nuevos concursantes, ya que en esta edición ha participado una artista tan consolidada como Diana Navarro.

Antes de pasar a la siguiente clave de éxito del formato tenemos que apuntar la opinión sobre el elenco de esta edición de la directora de entretenimiento de Atresmedia, ya que hace autocrítica sobre la elección del *casting*: “Al final no es tan importante su fama, aunque sí lo puede ser de entrada, pero una vez que los conoces quizás no es así. Esto es un reto y seguiremos peleando por tener siempre a los mejores” (Ferreiro, Vanitatis, 2017).

⁴ Veremos su significado en profundidad en el punto 7.1.

En conclusión, se piensa en un *casting* que tenga principalmente talento para desempeñar el papel de cada artista que le pudiese tocar en el pulsador, además de que la mayoría del elenco sea conocido por el gran público para tener un gran afianzamiento de la audiencia desde su estreno. Véanse algunos nombres de la próxima edición, como los humoristas Anabel Alonso y José Corbacho o el actor Brays Efe que interpreta a *Paquita Salas* en la serie creada por Javier Ambrossi y Javier Calvo. Gestmusic ha apostado por cantantes conocidos como Soraya o Carlos Baute (FormulaTV, 2017). Además, es cierto que el público general y el social no ha conectado con esta edición por varias razones: por un lado, porque el *casting* era desconocido, también quizás porque era muy profesional y el programa también requiere una parte más de humor y por último, porque el formato quieras o no se desgasta con los años y eso es lógico (Agudo, 2018).

➤ JURADO

Otra de las razones de que el formato *Tu Cara Me Suena* sea un éxito ha recaído en el jurado, principalmente el compuesto desde la edición quinta del programa. Se han visto unos componentes con cualidades diferentes y que a la vez se complementan entre sí, desde un Àngel Llàcer con un criterio interpretativo y un punto cómico singular, pasando por Chenoa y Carlos Latre que aportan juicios de valor muy fundamentados en las habilidades que tienen más desarrolladas; en el caso de la primera, hace valoraciones en cuanto a la técnica vocal, mientras que el segundo se centra en las imitaciones que hacen los concursantes de los artistas además de aportar su toque humorístico. Por último, hay que hablar del cuarto miembro del jurado, la cantante Lolita, porque como afirma la directora del programa, Nùria Fonollà, se ha destapado como una gran baza cómica para el programa, ya sea por sus anécdotas o por su gran sentido del humor (2017).

En conclusión, los componentes del jurado se compensan muchísimo entre ellos y tenemos todas las generaciones o todos los estilos posibles de jueces de esa edad que puedan darnos su opinión (Agudo, 2018).

➤ REALIZACIÓN Y CARACTERIZACIÓN

Si hay dos elementos que debemos resaltar en el desarrollo de las distintas ediciones son el equipo de realización y de caracterización de *Tu Cara Me Suena* que han demostrado lo que es hacer buena televisión, llegando al punto que no se nota la diferencia entre las galas en falso directo y las del directo. Además ambos equipos contaban con experiencia en programas musicales, por lo que ha sido una buena decisión por parte de Gestmusic (Ferreiro, 2017).

Por otro lado, como hemos comentado anteriormente, *Tu Cara Me Suena*, ha sido el formato español más exportado de toda la historia de la televisión española, siendo vendido en 43 países según la página web de Gestmusic (2018). Por lo tanto es normal, tal como dice la directora de entretenimiento de Antena 3, que no se pierdan de vista las versiones internacionales para incorporar posibles novedades (Vanitatis, 2017).

➤ PRESENTADOR Y REPERTORIO

Como sabemos todo *talent show* necesita a una persona que se encargue de guiar las distintas galas, por ello *Tu Cara Me Suena* ha contado con la ayuda de Manel Fuentes para el papel de presentador. Como define la directora de entretenimiento de Atresmedia, Carmen Ferreiro: “Manel es un presentador muy solvente, algo que se evidencia todavía más en los directos. Es una fase donde demuestra su sentido del humor, su empatía con los concursantes..., todavía más que en los inicios de cada temporada. Hace que todo funcione como un reloj” (Vanitatis, 2017). En conclusión, la decisión de elegir a Manel Fuentes como maestro de ceremonias ha sido más que acertada, ya que se ha visto gala tras gala la manera de desenvolverse a la hora de guiar a la audiencia a través del programa.

Para finalizar las claves de éxito de este formato, no podemos pasar al siguiente punto sin hablar del repertorio de canciones que se eligen gala tras gala para los diferentes concursantes del *talent show*. Tras seis ediciones, la lista de canciones es más difícil de elaborar ya que, como afirma Ferreiro, los temas más obvios o populares ya han sido interpretados, así que es complicado porque tratan de que sea muy abierto para que desde el más joven hasta el más mayor se sientan representados con alguna canción (Vanitatis, 2017). Además, *Tu Cara Me Suena* se preocupa por el espectador, buscando temas clásicos que no hayan sido escuchados por los jóvenes o acercando las tendencias musicales de ahora a los más mayores, permitiéndoles ampliar su conocimiento musical.

Antes de pasar al análisis DAFO de *Tu Cara Me Suena 6*, es conveniente que comparemos varios aspectos del formato de este *talent show* con el de su competidor principal durante esta temporada, *La Voz* (Telecinco).

Como bien sabemos tanto *La Voz* como *Tu Cara Me Suena* son dos *talent shows* que están pensados para un *target* parecido y esto hace que se repartan los espectadores. Como bien dice Borja Terán (2017) el éxito o fracaso en este *prime time* depende de cinco factores que diferencian a estos dos formatos musicales de proyección internacional.

➤ JURADO

Ambos espacios televisivos cuentan con cuatro jueces que se encargan de valorar las diferentes actuaciones. Como hemos visto anteriormente, el jurado de *Tu Cara Me Suena 6* destaca porque sus componentes (Carlos Latre, Lolita, Chenoa y Àngel Llàcer) forman un tándem único que, a pesar de tener cualidades diferentes entre ellos, se complementan a la perfección generando en el espectador la sensación de que se encuentra en una reunión con amigos (Terán, 2017). Por otro lado, el jurado de *La Voz* de este año ha dado un giro inesperado tal como afirma Borja Terán: “El jurado compuesto por Malú, Manuel Carrasco, Pablo López y Juanes está más apagado. Excepto Malú, que es experta en estos cometidos y ha repetido en todas las ediciones del *cazatalentos*, el resto no parecen muy entusiasmados. No juegan, no compiten, no son revoltosos y sí muy políticamente correctos, lo que es un punto en contra para *La Voz*. Una debilidad para un programa en el que el jurado es el gran protagonista” (2017). Esto hace que la balanza del éxito tienda para el *talent show* de Antena 3.

➤ CONCURSANTES

La mecánica de *La Voz* consiste en que cada miembro del jurado, o más bien *coach*, forme un equipo de cantantes. Para ello habrá una primera fase que es la de selección, donde los componentes del jurado están de espaldas al aspirante sin poder verlo para solo escucharlo cantar sin importar en absoluto su apariencia. El intérprete podrá acceder al concurso si alguno de los *coach*⁵ pulsa el botón rojo que hay en su silla, girándose esta para acabar frente a frente al cantante. Una vez formados los equipos, pasamos a las últimas etapas del *talent show*, con las llamadas batallas, en las cuales los concursantes de cada equipo se irán batiendo en una especie de ring de boxeo y así ir siendo descartados hasta conseguir el que será el mejor cantante en la fase de directos.

⁵ Significa “entrenador”, es una persona que se ha formado para motivar, para enseñar técnicas que ayuden a alcanzar las metas que se quieren conseguir (Pérez, 2012).

La gran diferencia, entre ambos formatos, es que en *La Voz* el proceso de selección de concursantes transcurre durante la emisión del programa, mientras que en *Tu Cara Me Suena* el elenco ya viene formado antes de su puesta en la parrilla de programación. Como bien sabemos, el *casting* de *Tu Cara Me Suena 6* ha estado compuesto por caras poco conocidas y esto puede haber provocado que parte de su audiencia se decante por *La Voz*, entre otros factores.

➤ **ESCENOGRAFÍA**

Este factor es muy distinto en ambos formatos, ya que *Tu Cara Me Suena* se preocupa por hacer unas puestas en escena acordes a las diferentes interpretaciones, mientras que *La Voz* solo se centra en las voces de los intérpretes, dejando en segundo plano la escenografía.

➤ **REPERTORIO**

En este punto ambos programas coinciden prácticamente, ya que buscan canciones que sean reconocibles por el público. Sin embargo, como hemos visto anteriormente, el *talent show* de Antena 3 quiere ampliar los conocimientos musicales de los espectadores ofreciéndoles a los más jóvenes canciones que tuvieron éxito en décadas anteriores y acercando a los mayores a las nuevas tendencias musicales.

➤ **PÚBLICO TRANSVERSAL**

Como bien dice Borja Terán: “La incorporación de Lolita a *Tu cara me suena* ha fortalecido la pluralidad de públicos a los que llega el programa, elemento clave en una televisión generalista que necesita gustar al máximo número de espectadores. *Tu cara me suena* reúne desde al abuelo que atiende a las anécdotas de la hija de Lola Flores hasta a ese niño que se ríe con una loca imitación de un surrealista dibujo animado. Véase Yolanda Ramos de David El Gnomo en la pasada temporada” (Terán, 2017).

Teniendo en cuenta esto, vemos que el formato de Antena 3 quiere atraer a un público más amplio, con interpretaciones que abarcan desde lo más infantil y cómico hasta lo más sentimental y serio, mientras que la edición de adultos de *La Voz*, hace interpretaciones principalmente serias.

Para finalizar el análisis de este programa, veremos a continuación el **análisis DAFO** del *talent show* de *Tu Cara Me Suena 6* que hemos realizado gracias a toda la información anteriormente comentada.

 ANÁLISIS DAFO: TU CARA ME SUENA 6		
ANÁLISIS INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Presentador. • Jurado. • Realización y Caracterización. <p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Casting</i>. <p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p>
ANÁLISIS EXTERNO	<ul style="list-style-type: none"> • Unificar diversos <i>targets</i>. • Ofrecer nuevos conocimientos musicales al espectador. • Ganar más prestigio para próximos <i>castings</i> (Véase Diana Navarro). <p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia (La Voz de Telecinco)⁶ • <i>Quemar el formato</i>. <p style="text-align: center;">AMENAZAS</p>

Fuente: Autoría Propia

⁶ Veremos el apartado en profundidad en el punto 7.3.

7. Audiencias

Antes de analizar la audiencia de los dos programas objeto de estudio, es necesaria una introducción que diferencie la tradicional de la social, ya que esta última está generando mucho ruido en el mundo de la televisión. Además, veremos cómo el marketing digital actúa como un verdadero potenciador para que los usuarios se conecten a las redes sociales y así comentar los diferentes espacios televisivos, como es el caso de *Operación Triunfo 2017*, que ha supuesto un boom principalmente en la red social de Twitter. Por último, es conveniente reflexionar sobre el uso de los *smartphones* y las *apps* creadas como complementos a los distintos programas de televisión ya que permiten al espectador estar más inmerso en el contenido que le están ofreciendo.

Como bien sabemos, la audiencia **tradicional o lineal** se caracteriza principalmente por tener a un consumidor pasivo y sin ningún ápice de interactividad con los diferentes productos que se emiten por la televisión. La audiencia tradicional se analiza a través de unos aparatos, llamados audímetros, conectados a la televisión y que van registrando datos como el programa que se está viendo, la edad o el género del usuario, entre otra información sociodemográfica.

Por otro lado, podemos llamar audiencia **social** a aquella que se registra a través de las redes sociales, fundamentalmente por medio de Twitter, con el objetivo de medir la actividad que se genera ante un espacio televisivo durante la emisión de este. Eso sí, se tienen en cuenta los tuits escritos durante la franja en la que se esté emitiendo el programa como los 30 minutos antes y después de este. Este nuevo método de captar la audiencia ha fortalecido las tres dimensiones que acuñaron Russell, Norman y Heckler en el año 2004, las cuales son: las conexiones verticales que corresponderían a la unión entre el espectador y el programa, describiendo así el compromiso del individuo con este; las horizontales que muestran la relación entre los distintos usuarios y por último la conexión *vertizontal* o también conocida como aquella que crea una relación imaginaria entre los protagonistas de un programa de televisión y el espectador. Esto provocó que se crearan las llamadas comunidades virtuales demostrando que el rasgo básico de la audiencia social era la socialización.

Centrándonos en el usuario, el rol que ocupa en las redes sociales es el de prosumidor, es decir, no solo consume contenidos sino que también los produce y los distribuye. Por tanto, estamos ante un espectador inquieto, inconformista que busca lo que quiere y a partir de ahí comenta sobre un espacio televisivo, lo comparte en su *timeline* con sus seguidores y así se expande a más personas. Así, se deja en un segundo plano a ese usuario conformista perteneciente a la audiencia tradicional al que solo le importa ver el programa, pero no interactuar a través de las redes para mostrar su opinión sobre lo que va pasando a lo largo del recorrido de este.

También hemos asistido a un cambio en la forma de ver la televisión, debido a la convergencia de esta con internet, convirtiéndose los dispositivos digitales en segundas pantallas donde podemos visualizar contenido audiovisual como series, programas de televisión o películas, por ejemplo. Esto crea otros dos tipos de audiencias: la **diferida**, que es aquella que aplaza para otro momento el visionado del producto audiovisual y, por otro lado, la **diseminada** que se basa en ver los programas no solo en la pantalla del televisor sino en otros aparatos digitales tales como *smartphones*, tabletas, ordenadores de sobremesa y ordenadores portátiles, entre otros. En definitiva, la unión de este medio de comunicación con internet ha dado lugar a lo que actualmente se conoce como televisión social, como define Lorente Cano: “La creciente convergencia entre la televisión y las redes sociales, mediante la cual los espectadores pueden compartir en todo lugar y en todo momento aquellos contenidos televisivos que más le interesan, y otorgando un valor añadido a la experiencia audiovisual” (2011: 4). Otras definiciones interesantes sobre este tipo de televisión las hacen Metcalf y Hayes; el primero apunta que permite a los amigos y las familias que se encuentren alejados experimentar algunos de los beneficios de sentarse los unos juntos a los otros en el sofá y ver un programa de TV juntos. Aplicaciones basadas en la web ya están uniendo los contenidos de televisión y las comunicaciones” (Metcalf, 2008 : 4). El segundo indica que determina el compromiso de una comunidad crítica y leal a la televisión como un buen servicio de televisión social (Hayes, 2010 : 4).

Con respecto al **marketing digital**, entendemos este como el uso de internet y las redes sociales con el fin de mejorar la comercialización de un producto o servicio (Mejía, 2017), en este caso la difusión de un espacio televisivo. Por ejemplo, en el caso de *Operación Triunfo 2017*, nos hemos encontrado con una productora que ha sabido usar sus armas para dominar las estrategias publicitarias y comerciales hasta tal punto de conseguir un 30,8% de *share* en *Operación Triunfo 2017* el día de su final. Actualmente, es un dato difícil de conseguir ya que nos encontramos con una audiencia fragmentada como hemos visto anteriormente, sin embargo este *talent show* ha conseguido reunir diferentes *targets* a lo largo de su edición.

En definitiva, nos encontramos ante un mercado donde las redes sociales tienen un gran impacto diferenciando así dos tipos de audiencias principales: la tradicional y la social. La principal diferencia entre ambas es que la primera posee un usuario pasivo que no genera *feedback*, mientras que la segunda tiene a un espectador adaptado a la Web 2.0. y al uso de las segundas pantallas, creando no solo retroalimentación sino colaboración en el desarrollo del contenido audiovisual, es decir, nos encontramos ante un prosumidor.

Por otro lado, las redes sociales actúan como soporte promocional televisivo de los contenidos que se elaboran ya que los usuarios comparten sus intereses y necesidades a través de ellas, tanto a nivel personal, social como profesional. Así, las marcas y empresas puedan darse a conocer, al tiempo que van ganando notoriedad y prestigio. Además, el acceso libre a las redes sociales sociabiliza la relación al situar al mismo nivel a todos los actores de la comunicación (Sequera, 2013).

Antes de pasar a analizar la audiencia de *Operación Triunfo 2017* y de *Tu Cara Me Suena 6*, debemos saber cómo se miden los dos tipos de audiencias comentados anteriormente para que podamos comprender mejor los gráficos que veremos más adelante sobre los dos programas de la productora Gestmusic.

7.1. ¿Qué es la medición de audiencias y cómo se estudia?

Primero de todo, entendemos como medición de audiencias el estudio cuantitativo que se encarga de recoger cuántas personas han visto un espacio televisivo durante una franja horaria determinada (Macías, 2015).

Ahora bien, dentro de este entorno podemos diferenciar dos términos que se utilizan frecuentemente para hablar de audiencias: el *share* y el *rating*. El primero correspondería al número de usuarios que están viendo un determinado espacio televisivo en relación con todos aquellos que están viendo la televisión, es decir, el porcentaje sobre el total de la audiencia. Por otro lado, el *rating* refleja el número real de espectadores que están viendo la televisión con respecto a la población de un país concreto; hablando de una forma más concreta, es el porcentaje estimado sobre el total del universo (Neira, 2015).

Con respecto a las empresas que se dedican a la medición de audiencias en España nos encontramos con Kantar Media y el EGM. Mientras que la primera se ha especializado en analizar la audiencia de televisión, la segunda se encarga de los demás medios de comunicación, los cuales son internet, prensa y radio, especialmente este último. La diferencia entre ambos organismos es la herramienta que utilizan para llevar a cabo el análisis de audiencias. Kantar Media usa el audímetro y el EGM utiliza el método de la entrevista basada en el recuerdo (Macías, 2015).

Vamos a centrarnos en Kantar Media por el hecho de que se encarga de analizar la audiencia televisiva tanto tradicional como social a través de los audímetros y de la herramienta *Kantar Social TV Ratings* que se encarga de registrar el *rating* de los programas a través de la red social Twitter sistematizando las cifras generales de este en las siguientes categorías (Neira, 2015):

➤ **Tuits:** refleja el número de publicaciones que se han hecho en Twitter. Sin embargo, solo se tienen en cuenta los tuits adscritos a un programa en una horquilla de emisión concreta.

➤ **Autores únicos:** muestra la cantidad de cuentas que han publicado al menos un tuit relacionado con el programa televisivo que se está monitorizando.

➤ **Tuits por autores únicos:** indica la media de tuits vinculados a un espacio de televisión, creados desde una única cuenta. Esto se obtiene dividiendo el número de tuits entre la cantidad de autores únicos.

➤ **Impresiones:** señala la cantidad de veces que los tuits comentados anteriormente se mostraron a los usuarios de Twitter. Estas impresiones engloban tanto a aquellas personas que siguen a las cuentas que publican los tuits como a las que vieron los tuits por medio de un retuit, un “citar tuit” o porque la red social de Twitter se los ha mostrado en su *timeline* de manera automática ya sea a través del modo “Mientras no estabas” o “Popular en tu red”.

En definitiva, el *rating* de Twitter nos muestra qué programas están ocupando la cima de conversación en el universo tuitero y a qué escala (provincial, nacional, global). Estas categorías las analizaremos con respecto al fenómeno social de *Operación Triunfo 2017*.

7.2. Operación Triunfo 2017

A continuación, analizaremos los datos de audiencia del *talent show Operación Triunfo 2017* cuyo período engloba desde octubre de 2017 hasta febrero de 2018.

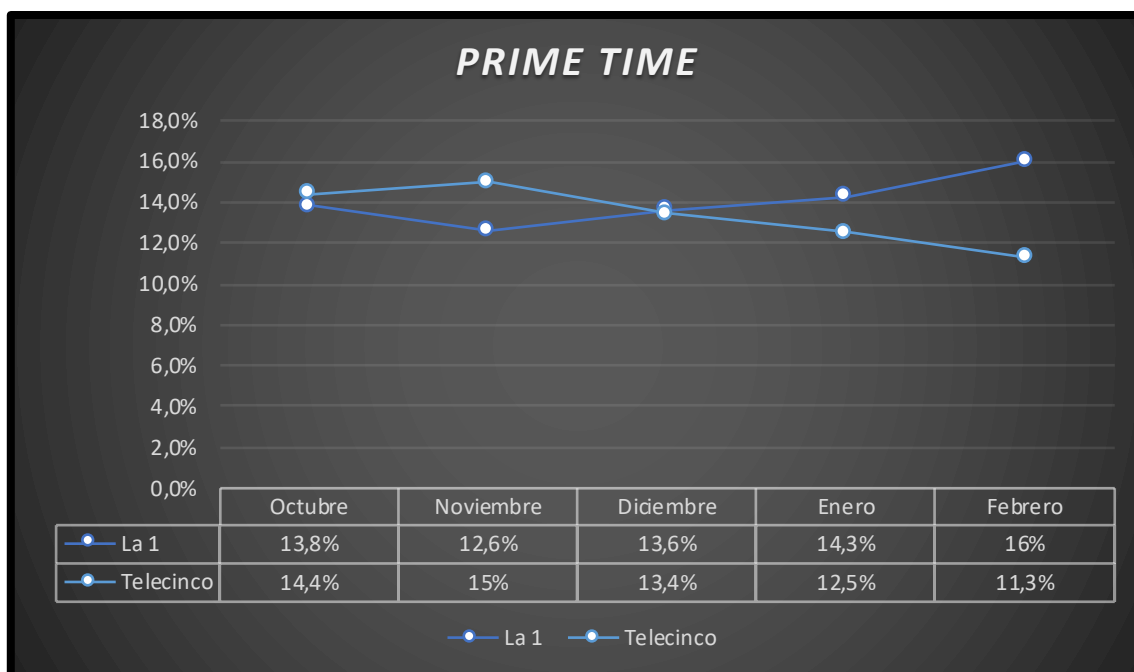
Por otro lado, para no perdernos hemos dividido este punto en dos subgrupos, los cuales son:

➤ **Audiencia Televisiva:** se ha realizado un estudio del *prime time* y el *late night* por mes de La 1 y de Telecinco, ya que era su competidor principal (se ha calculado la media del mes gracias a los datos de cada semana). Además, se ha hecho un gráfico comparando el *share* de *Operación Triunfo 2017* con el de su competencia principal, que en este caso ha sido la de Telecinco. **Véase Anexo II.**

➤ **Audiencia Social:** como ya hemos visto anteriormente, en este subapartado veremos los tuits creados con relación al *talent show* de la productora Gestmusic, los autores únicos de estos contenidos y por supuesto las impresiones que han generado con sus tuits (se analizarán estos datos con una media de cada mes calculada a partir de las semanas de cada uno de ellos). **Véase Anexo II.**

7.2.1. Audiencia Televisiva

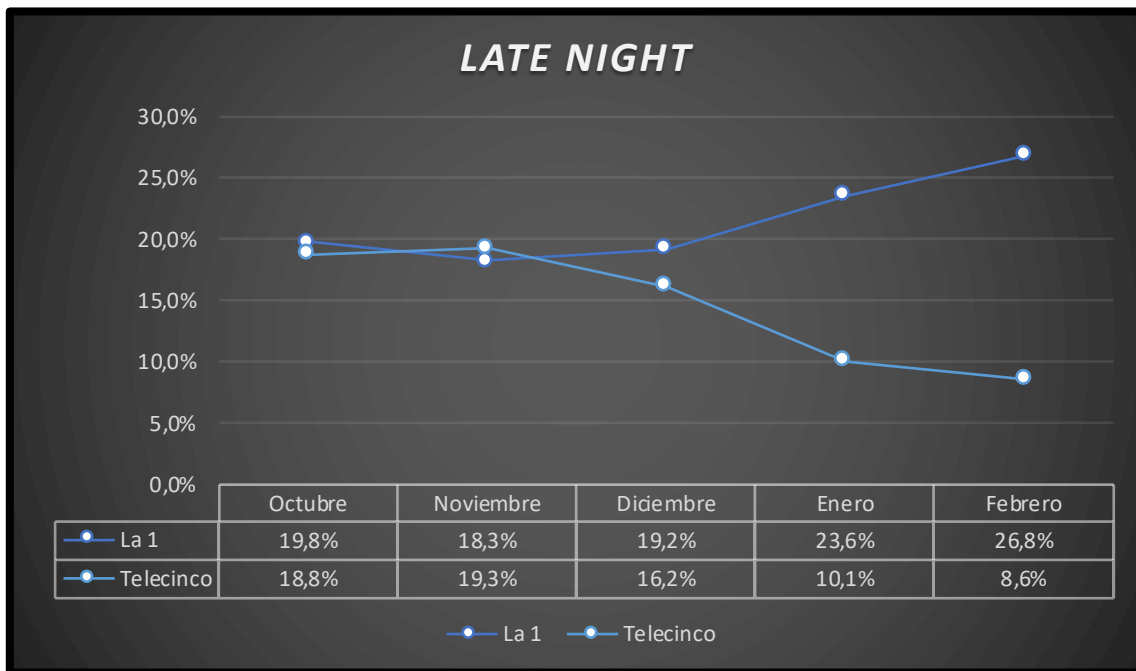
Gráfico 2 - FRANJA *PRIME TIME*
(OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

Como podemos apreciar en el gráfico, La 1 y Telecinco se batieron en un duelo muy ajustado durante el mes de octubre, saliendo el segundo vencedor por un 0,6% de *share* de ventaja. Durante el mes de noviembre toma ventaja Telecinco sacándole una diferencia de un 3,6% de *share* a La 1. Esto puede deberse principalmente al programa que hay como *access prime time* en La 1 antes de que dé comienzo *Operación Triunfo 2017*. Este espacio televisivo, llamado *Hora Punta*, no es lo suficientemente atractivo para atraer y mantener la atención del espectador, lo cual resulta un punto negativo para este tipo de *talk shows*, dando la impresión de que cuenta con un guion previsible y de que todo va a contrarreloj. Esto hace que se pierdan algunos puntos de *share* al inicio del *prime time*, aspecto que no conviene a nuestro *talent show* objeto de estudio. En el mes de diciembre vemos que se marca un **punto de inflexión** y La 1 consigue la remontada frente a Telecinco con un 0,2% de ventaja. A partir de ahí TVE va subiendo puntos hasta terminar en un 16% de *share* en febrero frente a un 11,3% conseguido por Telecinco. Para mejorar puntos en cuanto a esta franja horaria hubiese quedado mucho más atractivo de cara al espectador ubicar un previo en el *access prime time* relacionado con el programa que da inicio al *prime time*, que en este caso es *Operación Triunfo 2017*.

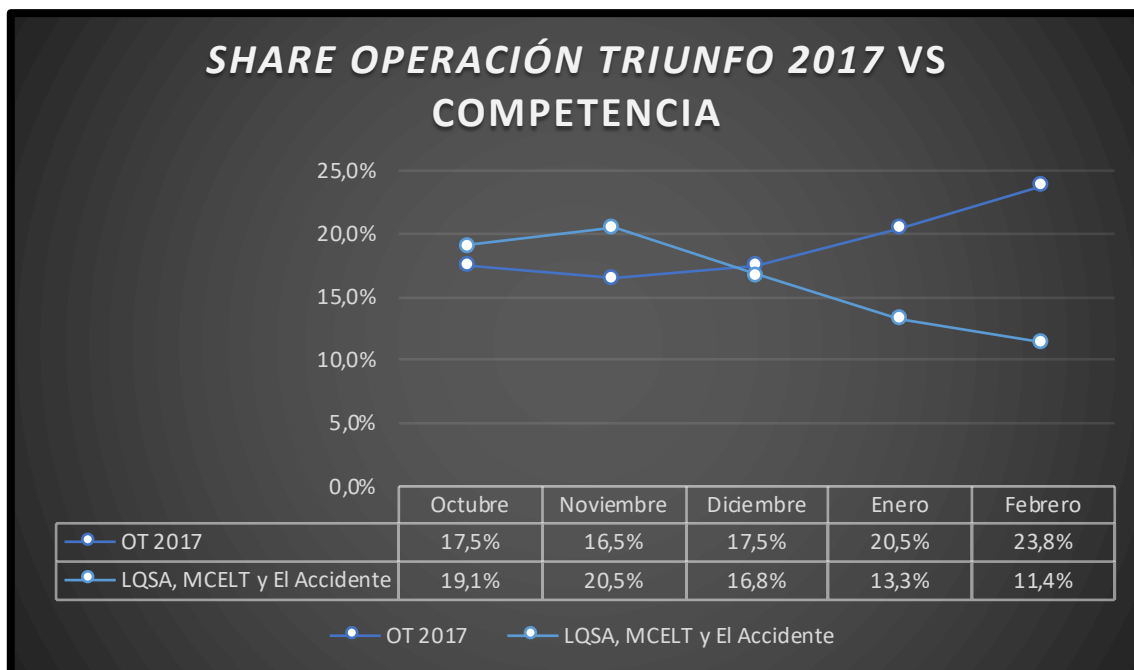
**Gráfico 3 - FRANJA LATE NIGHT
(OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)**



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

Pasamos ahora a ver la franja del *late night*, en la que podemos apreciar que La 1 se impone a Telecinco en todos los meses menos en noviembre. La principal causa de esto es que *Operación Triunfo 2017* acumula el mayor número de espectadores a partir de esta franja, justo en el momento álgido de las galas, que correspondería a la interpretación de los últimos concursantes y a la expulsión de uno de ellos del concurso. Esto hace que parte de la audiencia sea arrastrada al siguiente programa que sería *Operación Triunfo: El Chat*, aunque hay que resaltar que este espacio televisivo no cobra tanta fuerza hasta diciembre, que es cuando empieza a ganar puntos por encima de las reposiciones de *La que se acerca* o de *Mi casa es la tuya*, entre otros productos televisivos de Telecinco.

Gráfico 4 - SHARE OPERACIÓN TRIUNFO 2017 VS COMPETENCIA PRINCIPAL (OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

Como se puede comprobar en el gráfico, el mes de octubre y de noviembre gana la serie española de ficción *La que se avecina* frente a *Operación Triunfo 2017*, sacándole un 2,4% de *share* a este último en el primer mes y 4% en el segundo. Sin embargo, en el último mes del año el *talent show* de TVE consigue inclinar la balanza a su favor y le saca un 1,3% de *share* a los últimos capítulos de *La Que Se Avecina* y a *Mi casa es la tuya*. A partir de 2018, *Operación Triunfo 2017* se aleja de su competencia acabando con un 23,8% de *share* en el mes de febrero frente a un 11,4% conseguido por los espacios televisivos de *Mi casa es la tuya* y *El accidente*. Como dato curioso, el día 5 de febrero de 2018 tuvo lugar la final de *Operación Triunfo 2017* consiguiendo un **30,8% de share**, colocándose en la quinta posición de las finales más vistas de *Operación Triunfo*, de las nueve que se han producido. Hoy en día, esto es un resultado más que satisfactorio ya que, como hemos visto anteriormente, la audiencia está fragmentada y es difícil aglutinarla toda en un mismo espacio televisivo.

7.2.2. Audiencia Social

**Gráfico 5 - IMPRESIONES
(OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)**



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de Kantar Social TV Ratings

A continuación, comentaremos el volumen de impresiones que han recibido los tuits relacionados con *Operación Triunfo 2017* con respecto a otros programas que han entrado en el Top 5 de la herramienta *Kantar Social TV Ratings* a lo largo de estos meses.

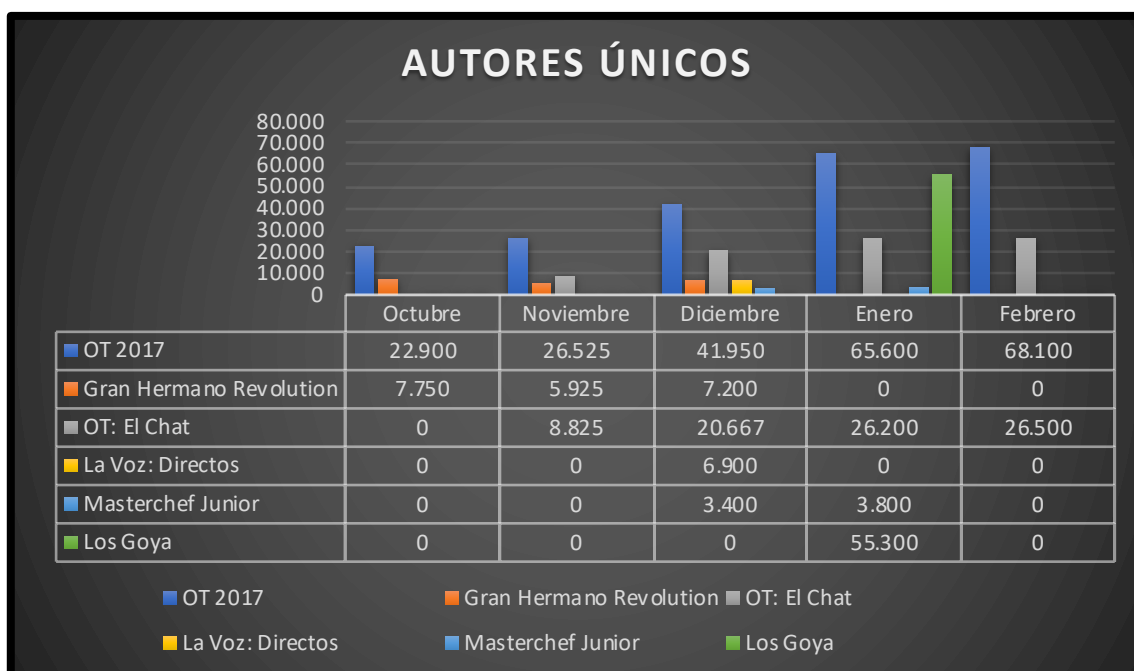
Como podemos observar en el gráfico, el *talent show* de TVE supera con creces a los demás espacios televisivos a lo largo de todos los meses en los que se emite este. Si nos fijamos en los tres primeros meses, vemos cómo un *reality show* tan consagrado como *Gran Hermano* queda eclipsado ante un programa de talentos como *Operación Triunfo 2017*. Eso sí, hay que tener en cuenta que la edición *Revolution* no supo mantener la esencia original de su producto, por lo que originó la pérdida de audiencia y que se quemara el formato, situación que debe evitarse innovando pero no quitándole esa chispa que hace especial al producto.

Por otro lado, vemos cómo otros grandes productos televisivos como *La Voz* (6.100.000) o *Masterchef Junior* (5.100.000 y 5.600.000) quedan relegados a segundo plano con respecto a *Operación Triunfo 2017* (78.625.000 y 100.340.000).

Como dato curioso, la semana del 29 de enero de 2018, el programa de *Operación Triunfo 2017* consigue el máximo de impresiones en todo su periodo de emisión, alrededor de **131.500.000 usuarios** vieron tuits relacionados con el *talent show* esa semana. Esto se debió principalmente porque la gala de esa semana era la de Eurovisión, donde se elegiría al representante que representaría a España en la LXIII edición del festival que en este caso se celebraba en Lisboa. Apreciamos también que la gala de Los Goya, que fue esa misma semana, queda por debajo de *Operación Triunfo 2017* con **63.300.000 impresiones**.

Por último, hay que resaltar que la productora Gestmusic consigue tener dos de sus productos en el Top 5 de programas más comentados a partir del mes de noviembre con *Operación Triunfo 2017* y *Operación Triunfo: El Chat*.

**Gráfico 6 - AUTORES ÚNICOS
(OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)**



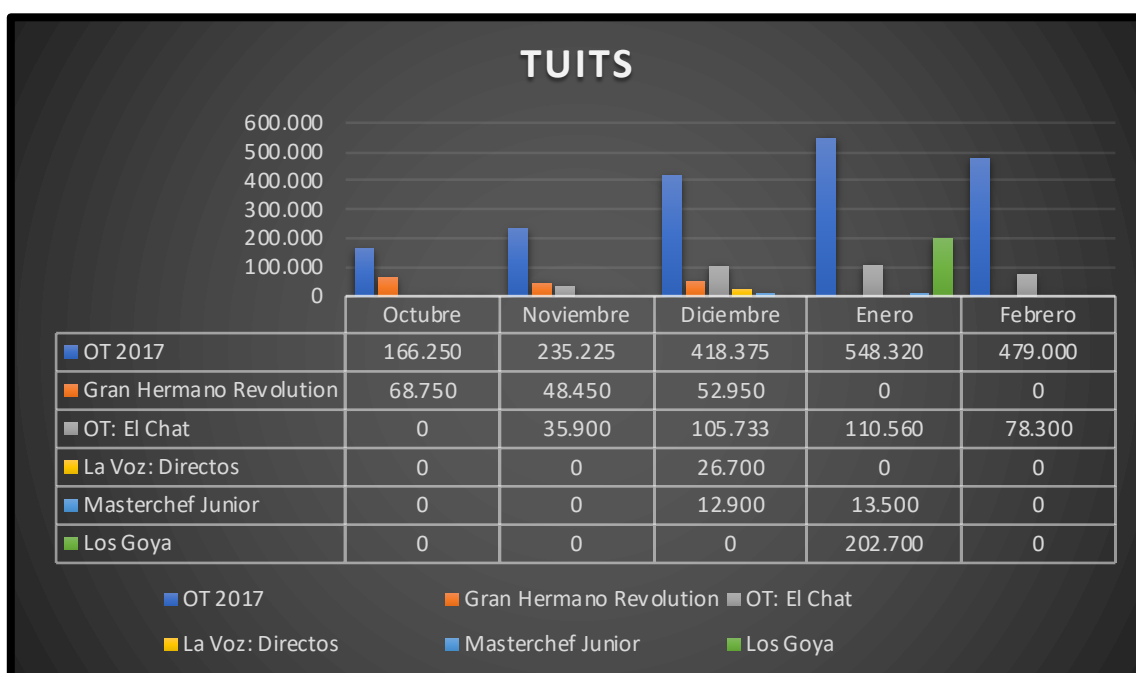
Fuente: Autoría propia a partir de los datos de Kantar Social TV Ratings

Al igual que las impresiones, hemos contrastado la media por meses de los autores únicos que han escrito tuits relacionados con el *talent show* de TVE y los autores únicos que se han registrado por mes en otros programas que han entrado en el Top 5 de la herramienta *Kantar Social TV Ratings*.

Como podemos observar en el gráfico, conforme van pasando los meses los autores únicos correspondientes a *Operación Triunfo 2017* y a *Operación Triunfo: El Chat* van creciendo poco a poco, siendo el tramo de diciembre a enero el que más marca la diferencia.

La gala de *Los Goya* registra una media de 55.300 autores únicos, mientras que *Operación Triunfo 2017* anota 65.600. Vemos cómo en este caso no hay tanta diferencia con respecto a las impresiones y esto se debe a que el *talent show* de La 1 se convirtió en un fenómeno social en toda regla que impactó a multitud de personas.

Gráfico 7 - TUIITS
(OCTUBRE 2017 – FEBRERO 2018)



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de Kantar Social TV Ratings

En el gráfico 7 se nos muestra la media de tuits generados a lo largo de los cinco meses en los que el *talent show* de TVE compite con otros programas de televisión, ya sean de la misma cadena o de la competencia, en este caso Telecinco.

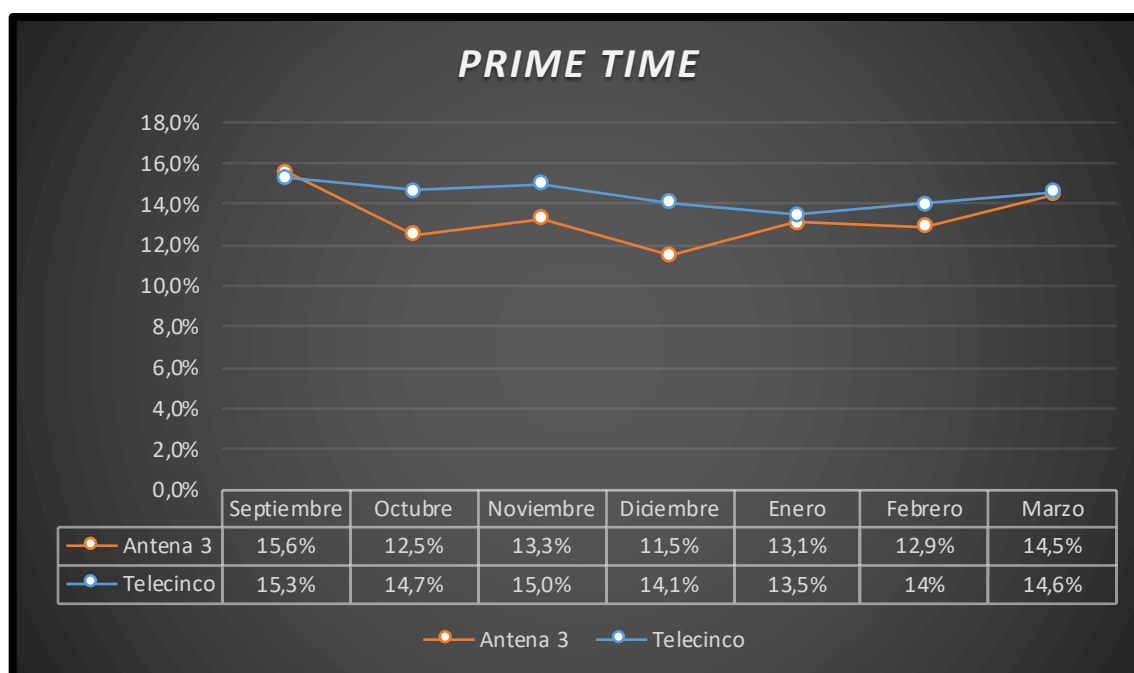
Como podemos observar, desde el mes de octubre hasta diciembre la cantidad de tuits relacionados con *Operación Triunfo 2017* ha ido creciendo gradualmente y en el mes de febrero ha sufrido una leve caída, provocada principalmente por la gala especial de *mejores éxitos* que se realizó la semana siguiente a la final del programa. Si nos ponemos a comparar los tuits generados entre las dos galas que se hicieron en febrero vemos cómo la final se marca alrededor de unos **686.200 tuits**, mientras que la última consigue **271.800**. Por lo que podemos confirmar que parte de la audiencia social dejó de interactuar tras la semana del 5 de febrero de 2018. **Véase Anexo III.**

Por último, como ocurre en los **gráficos 5 y 6**, se puede apreciar que los demás programas que entran en el Top 5 junto a *Operación Triunfo 2017* quedan en **segundo plano**, como por ejemplo *Gran Hermano Revolution* (Telecinco), *La Voz: Directos* (Telecinco) o la gala de *Los Goya* (La 1), entre otros.

7.3. TU CARA ME SUENA 6

7.3.1. Audiencia Televisiva

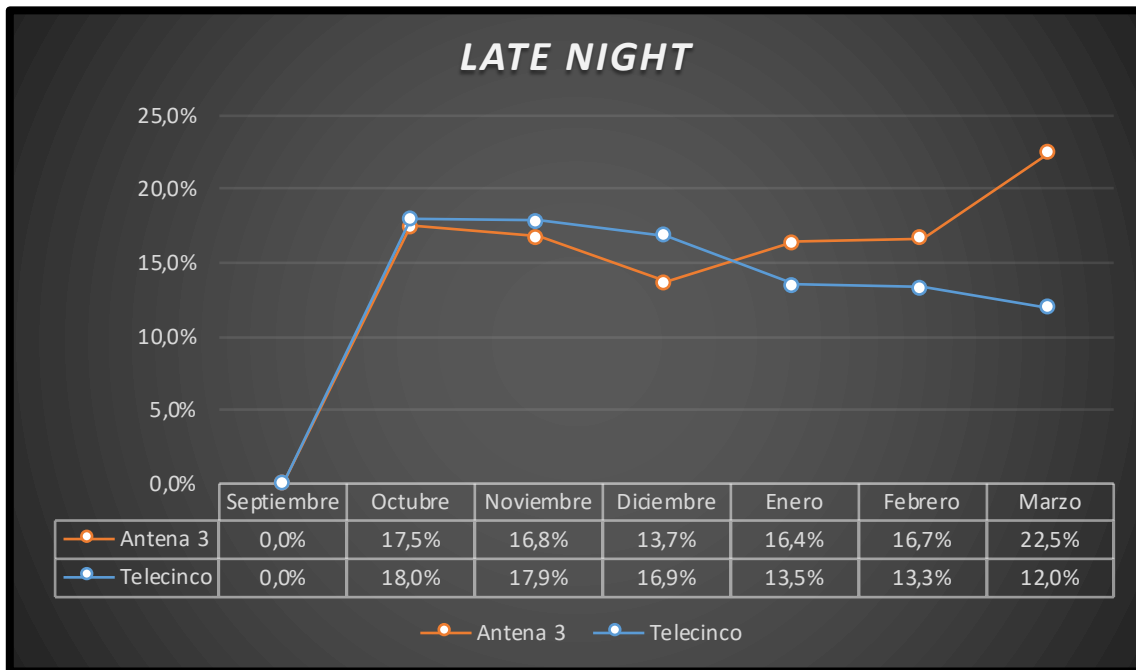
Gráfico 8 - FRANJA *PRIME TIME*
(SEPTIEMBRE 2017 – MARZO 2018)



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

Como podemos observar en el gráfico 8, el **competidor principal** de Antena 3 por conseguir la franja de *prime time* es Telecinco. A lo largo de esos siete meses vemos que la competencia se impone sobre Antena 3, exceptuando el mes de septiembre que es cuando se estrena *Tu Cara Me Suena 6*. La diferencia más abismal la vemos reflejada en el mes de diciembre, donde Antena 3 consigue una media de 11,5% de *share* mientras que Telecinco un 14,1%. El motivo de esto es porque el 20 de diciembre de 2017 fue la **final** de *La Voz*, la cual se marcó un **20% de *share*** mientras que *Tu Cara Me Suena 6* consiguió un **14%**, siendo la diferenciación más grande entre ambos programas durante la emisión de ambos. A partir del mes de enero se aprecia una mejoría con respecto a Antena 3 ya que va subiendo puntos para ajustarse más con su competidor principal, terminando marzo con un 14,5% frente a un 14,6% conseguido por Telecinco. **Véase Anexo III.**

**Gráfico 9 - FRANJA LATE NIGHT
(SEPTIEMBRE 2017 – MARZO 2018)**

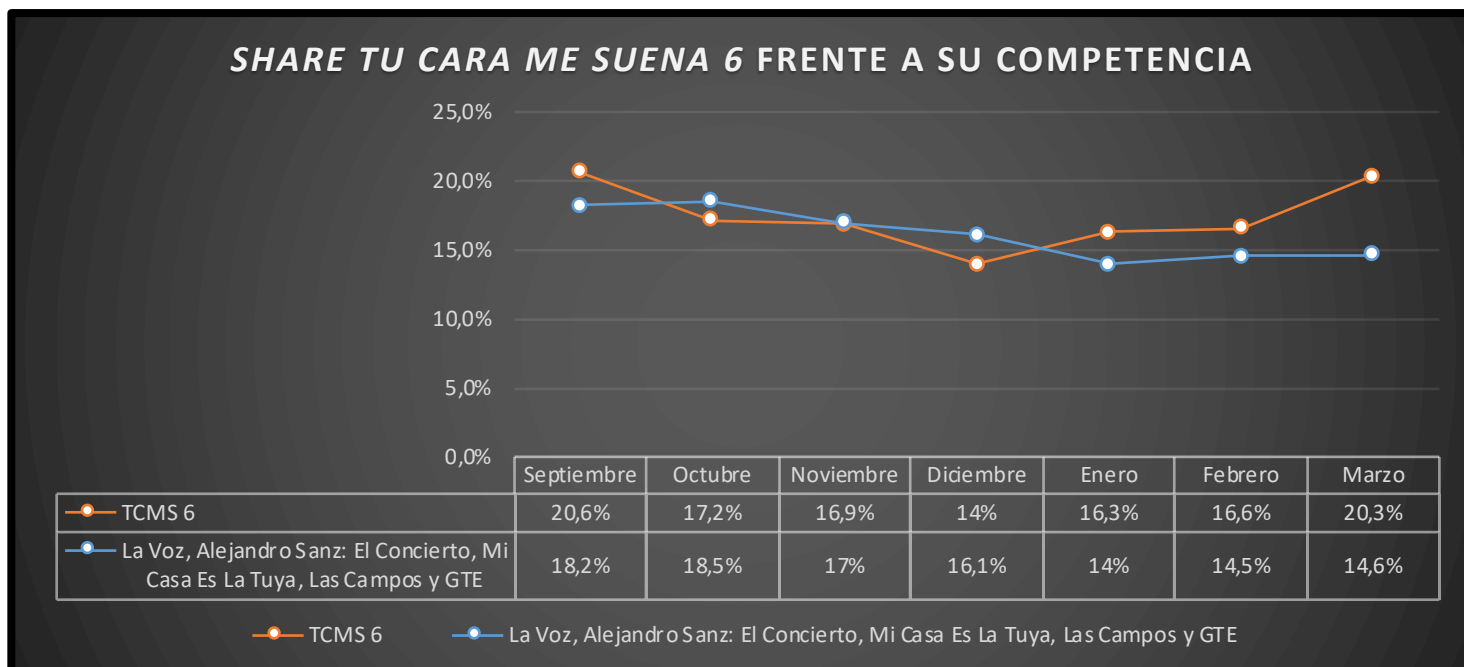


Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

En el gráfico 9 podemos apreciar que un punto de interés clave es el mes de septiembre. Ambas cadenas, tanto Antena 3 como Telecinco, tienen un **0% de share** debido a que ese mes con respecto a la franja del *late night* tenía un **error de datos** y hemos preferido no poner la información que facilitaba la página de *FormulaTV* para que no salieran **resultados incorrectos**.

Ahora bien, desde el mes de octubre hasta diciembre vemos cómo Telecinco está por encima de Antena 3 pero esto cambia a partir del mes de enero, generándose un **punto de inflexión** que hace que las tornas varíen, terminando Antena 3 con un **22,5% de share** en marzo frente a un **12%** de Telecinco. Esta diferencia sería la más relevante en estos meses de análisis. Por otro lado, tras los programas principales del *prime time* nos hemos encontrado con distintos espacios televisivos que han hecho que la batalla por el *share* del *late night* sea más competitiva, entre otros hay que destacar las reposiciones de *Tu Cara Me Suena*, *La Voz*, *Mi Casa Es La Tuya* o *Got Talent: Momentazos* u otro contenido audiovisual como cortometrajes o conciertos. **Véase Anexo III.**

Gráfico 10 - *SHARE TU CARA ME SUENA 6 FRENTE A SU COMPETENCIA PRINCIPAL*
(SEPTIEMBRE 2017 – MARZO 2018)



Fuente: Autoría propia a partir de los datos de FormulaTV

Como podemos observar en el gráfico 10, el *share* del *talent show* de Antena 3 sufre una caída desde su estreno hasta el mes de diciembre pero a partir de enero logra incrementarse. Es cierto que la caída no es del todo repentina, ya que desde el mes de octubre hasta noviembre la diferencia de *share* es de un 0,3%, al igual que el incremento ínfimo que vemos desde enero a febrero, que es el mismo que el de la bajada anterior (0,3%). Por otro lado, el punto más bajo que registra *Tu Cara Me Suena 6* es en el mes de diciembre ya que, como hemos comentado en el gráfico 8, en la semana del 20 de diciembre tiene lugar la **final** del *talent show* de *La Voz* que registra un **20% de share**, dejando en segundo lugar a *Tu Cara Me Suena 6* con un 14%. Por tanto, podemos deducir que si hubiese seguido en la programación de Telecinco *La Voz*, el *talent show* de Antena 3 no hubiese conseguido mejorar tanto como se refleja en el gráfico 10, ya que a partir del mes de enero la competencia a la que tenía que hacer frente *Tu Cara Me Suena 6* era *Mi Casa Es La Tuya*, *Las Campos* y *Got Talent España*, todos ellos emitidos por Telecinco.

8. Entrevista: Ismael Agudo (Coordinador musical de *Tu Cara Me Suena* y *Operación Triunfo*)

1. *¿Se intentará buscar otro estilo de casting de Operación Triunfo 2018 o se seguirá el mismo camino que el de Operación Triunfo 2017?*

Para empezar el *casting* de *Operación Triunfo* es un *casting* abierto, es decir, que tú no decides qué perfiles buscas como en otros posibles *talents*, donde quizás a través de redes sociales o de plataformas como Youtube se buscan artistas en concreto para una finalidad, ya sea para imitación o para un programa como *La Voz* o de tipología parecida. Entonces, al ser abierto, la selección es entre lo que viene, no hay precisamente una marca que determine qué *casting* vas a hacer, **pero** respecto a tu pregunta, **sí** debería seguir el mismo camino que representa a una generación, en este caso a la *millennial* concretamente, y que es la más formada que hemos tenido hasta la actualidad desde que existe *Operación Triunfo* en 2001. En conclusión, es el mismo camino pero intentaremos que por supuesto nadie se parezca a nadie porque no tiene ningún sentido que aparezcan artistas que vengan a ser una imitación de alguien. Véase en otros *castings* cómo iban haciendo imitaciones de Bisbal, de Bustamante o de Manuel Carrasco, y esas personas quizás no eran las más interesantes porque no aportaban novedad, pues este año también se intentará que no se parezcan demasiado a algunos concursantes del año anterior, aunque sean de la misma generación y representen los mismos valores.

2. *¿Crees que Operación Triunfo 2017 ha sido el programa que ha hecho que TVE se adapte al siglo XXI? Es decir, mostrando diversidad o hablando de otros temas tabú.*

No, necesariamente. A ver, Radio Televisión Española tiene múltiples plataformas fuera del entretenimiento en *prime time* ya que existe toda la producción de redes, de La 2, de canales culturales, de miles de plataformas. Yo creo que se han hecho proyectos en el siglo XXI excepcionales en lo que respecta a la historia de RTVE, como pueden ser series o productos *online*. De cualquier manera, en el *prime time* de los últimos años (cinco, seis, siete, ocho años atrás) pues quizás sí había una falta de representación, tanto en RTVE como en el resto de las cadenas, que esto yo creo que es importante, de ciertos perfiles más jóvenes que tratan los temas de una manera diferente a otras generaciones. No tiene nada que ver las personas de 18, 19, 20 y 21 años con las personas que tengan ahora 30, 32 y 35 años porque son dos generaciones diferentes, nacidas en los 80 o en los 90. Entonces por eso sí que han traído nuevas fórmulas, pero eso no significa que se haya dado un salto al siglo XXI. Yo creo que en general se ha abierto una puerta, una generación que no estaba del todo representada, pero eso es más una cuestión circunstancial que una cuestión de giro radical de temas tabú, que yo creo que tanto como temas tabúes no ha habido.

3. *Una de las sorpresas de esta edición sin duda ha sido el presentador Roberto Leal, ¿qué hizo que lo eligieseis a él?*

En la productora hace ya unos años que teníamos relación con Roberto, tanto en la época de Antena 3 (incluso llegó a participar un día como invitado en *Tu Cara Me Suena*) como también en el periodo que estuvo en *España Directo* (La 1) o en otras producciones como la *Gala del 60º Aniversario* de TVE. Roberto es un perfil que tiene varias cosas a favor: una, es periodista; dos, tiene muchísima experiencia tanto en reporterismo como en directos y en presentación y tres: está en una generación de mediana edad, no tiene aún los 40 años y, por tanto, tiene todas las características que podrían ser buenas para darle esa oportunidad. Estaremos todos de acuerdo en que quizás se está abusando en las cadenas privadas de cuatro o cinco figuras que presentan todos los formatos de *prime time*, pues era una buena idea, ya que se renovaba el formato y la generación de concursantes, se renovara también el presentador. Y como te estoy diciendo, fue una elección natural quizás porque ya habíamos tenido contacto por otros caminos.

4. *Como hemos visto el Canal 24h de Youtube ha sido uno de los pilares de Operación Triunfo 2017, ¿creéis que la repercusión hubiese sido igual sin este?*

El Canal 24h de Youtube ha sido esencial sin lugar a dudas, ha sido el gran *engagement* (la palabra ha sido muy importante en *Operación Triunfo 2017*) porque por primera vez, en lugar de esperar que el consumo vaya a tu plataforma, es decir desde la televisión generalista buscas una audiencia, esta vez ha sido que el formato ha querido ir hacia dónde está el consumo que es en Youtube, lo más fácil para acceder desde *smartphones*, tablets, Smart Tv... Cualquiera tiene Youtube en cualquier sitio, por tanto creo que el Canal 24h sin duda ha sido uno de los grandes pilares para el éxito y el *engagement* de *Operación Triunfo 2017*, esa relación entre espectador y concursante que hemos tenido en esta edición.

5. *¿Cuál fue el motivo o los motivos para hacer otra edición sin dejar un descanso entre la de Operación Triunfo 2017 y la siguiente?*

Los programas siempre son anuales, es decir, los programas duran tres meses, en este caso un poco más porque tuvo mucho éxito pero todo los espacios televisivos tienen un ciclo anual en todos los países, en todos los formatos y más aún, cuando de repente todo tiene una vida nueva, no hay ninguna motivación, simplemente es lo normal. No sería muy normal, hacer por ejemplo *Tu Cara me Suena* un año y al año siguiente no, si sigue funcionando. Si algo funciona ¿por qué no tiene que volver?

6. *¿Cuáles han sido para ti las claves de éxito de Operación Triunfo 2017?*

La clave para mí es que cuando se planteó el *casting*, la producción musical, los protagonistas, lo que iban a hacer esos protagonistas, se planteó desde un hueco que no existía, es decir, una generación completa no tenía referentes de su propia generación (gente de 18, 19, 20, 25 e incluso más de 25 años que en algún caso no tenían esa figura), ese nuevo artista especialmente en el campo femenino porque básicamente han salido hombres artistas en los últimos tiempos como por ejemplo Pablo Alborán o Antonio José. Entonces de repente, Amaia, Aitana, Ana, y Miriam (concurstantes de *Operación Triunfo 2017*), han ocupado un espacio que no existía, es decir, nadie había hecho una apuesta por esa generación. En definitiva, el talento de estos protagonistas sumado a este *engagement* generacional creo que es la clave del éxito y que todo se ha transmitido desde las plataformas correctas, es decir, ya sea en Spotify, iTunes, Youtube, Twitter o en Instagram, en todas esas plataformas donde ya existe todo este público, se les ha dado el contenido que creemos que estaban esperando o por lo que se ha visto así era.

7. *¿Por qué crees que Operación Triunfo 2017 se ha convertido tanto en un fenómeno televisivo como en un fenómeno social?*

Porque se ha hecho una apuesta por una mezcla entre el momento social y el momento televisivo donde no había novedades de ningún tipo en cuanto a formatos y en cuanto a generaciones.

8. *Como bien sabemos el casting de Tu Cara Me Suena 6 ha tenido caras poco conocidas pero a la vez se ha convertido en un elenco bastante compacto a la hora de interpretar los temas, ¿piensas que parte de la audiencia al tratarse de personas un poco desconocidas han desconectado de esta edición?*

Efectivamente *Tu Cara Me Suena 6* ha tenido caras poco conocidas ya que se ha primado en esta edición que fueran artistas con grandes capacidades para la imitación, para cantar e interpretar. Es cierto que ha desconectado una parte del público pero no ha tenido malos registros en ningún caso, muchas semanas superaba a *La Voz*, alguna otra semana no, pero ha tenido una media de 17% de share creo; pero es cierto que el público general y el social no ha conectado con esta edición por varias razones: por un lado, porque el *casting* era desconocido, también quizás porque era muy profesional y el programa también requiere una parte más de humor y por último, porque el formato quieras o no se desgasta con los años y eso es lógico. Otro apunte importante es que venimos de una edición del *Tu Cara No Me Suena Todavía* donde el nivel de actuaciones era altísimo con lo cual es lógico que a la hora de hacer el *Tu Cara Me Suena 6* se quisiera primar el nivel. Para *Tu Cara Me Suena 7* ya se está viendo en el *casting* que no va a seguir tanto este camino.

9. *En esta edición hemos tenido a una cantante bastante consagrada como Diana Navarro, ¿piensas qué esto ha hecho que el programa gane más prestigio y así poder acceder a un abanico más amplio en futuros casting?*

Yo creo que cuando preguntas por Diana venimos ya de un recorrido donde cantantes de varios estilos y cada vez más cercanos al ámbito general y comercial han querido participar en el programa. Nos podemos remontar a 2003, cuando Pastora Soler vino a imitar, hemos visto a India Martínez, hemos visto a grandes artistas españoles, en este caso, artistas mujeres españolas que han venido a imitar al programa. También, ha estado Blas Cantó que ha sido una gran revelación y que luego de estar en *Tu Cara Me Suena* ha continuado siendo un artista del mundo comercial. Y el hecho de que Diana tuviese relación con nosotros desde el 2000 (ganó un concurso con la productora Gestmusic allá por el 2000, antes de que se convirtiese en una artista bastante reconocida) la llevó a aceptar el reto y ahí la hemos tenido durante todo el concurso haciendo lo mejor que podía hacer, una persona muy comprometida y con muchas ganas. Yo creo que sí, que eso nos está ayudando para futuros *castings*.

10. *¿Piensas que el jurado formado por Carlos Latre, Lolita, Chenoa y Àngel Llàcer es el que mejor está teniendo por ahora el formato?*

Está claro que son el mejor jurado que hemos tenido hasta la fecha en equilibrio ya que llevan dos temporadas funcionando muy bien y todo apunta que en la séptima van a seguir estando. Se compensan muchísimo entre ellos y tenemos todas las generaciones o todos los estilos posibles de jueces de esa edad que puedan darnos su opinión: pues tenemos a Lolita ya en una edad un poco más avanzada que tiene todo el bagaje ya que nos explica historias de los personajes imitados, tienes a un imitador (Carlos Latre) que cómo es lógico también es muy importante su opinión; tienes a Chenoa que es un poco más joven y engancha con toda otra generación, no los *millennials*, pero también bastante los *millennials* y de aquí todo ese puente X hasta su edad y por último, con Àngel que es la institución del programa. En definitiva, es el jurado que mejor ha funcionado hasta la fecha y el que muy probablemente se seguirá manteniendo.

11. Esta temporada la competencia principal de *Tu Cara Me suena* 6 ha sido principalmente el *talent show* de *La Voz de Telecinco*, que ahora ha pasado a adquirir los derechos Antena 3 ¿crees que es acertado emitir *Tu Cara Me Suena* la noche del viernes?

Yo creo que *Tu Cara Me Suena* es un formato ideal para los viernes noche, cosa que *La Voz* pues quizás no ha demostrado, ha tenido sus peores registros en viernes comparado con otras emisiones en jueves e incluso en miércoles. Si son suficientemente espabilados en Antena 3 les darán recorrido a los dos formatos de una forma distanciada porque no tienen absolutamente nada que ver ninguno de los dos. El primero es un programa familiar, de humor, *multi-target*, mientras que el segundo es un programa *talent* que viene renovado.

12. Tras seis ediciones, ¿piensas que en un futuro se terminará quemando el formato?

Los formatos por supuesto que se queman, especialmente los que son musicales y los que tienen que ver con actuaciones y repertorios. Yo creo que el problema del formato no está tanto en el formato sino en qué hemos hecho muchos programas durante muchas temporadas y muy seguidos. Este año creo que va a funcionar muy bien y va a tener una nueva vida pero como bien habéis visto durante todas estas temporadas, *Tu Cara Me Suena* se bascula, sobre todo el repertorio que es lo que a mí me toca más de cerca, entre la nostalgia, la actualidad y un poco lo conocido. La nostalgia no es eterna, es decir, existen muchísimos grupos que hemos podido imitar, solistas, cantantes, actuaciones. Luego hemos hecho muchos virales, muchas actuaciones relativamente cercanas, modernas. No pasa nada porque hayamos repetido muchas veces muchos personajes, pero sí que es cierto que es limitado y como es limitado, quizás no es tanto que se queme, sino que haya que dejarlo descansar para recuperarlo más adelante. Formatos históricos importantes han hecho esos recorridos de seis años, siete años y luego han parado un par, pero eso es algo que dependerá mucho de los resultados y de la cadena también porque en este tipo de producciones sobre todo, dar luz verde a la temporada depende totalmente y exclusivamente de la cadena. ¡Veremos!

13. *¿Cuáles han sido para ti las claves de Tu Cara Me Suena 6?*

Ya te he dado algún avance antes, yo creo que era el año de los profesionales, es decir, la mayoría eran actores o cantantes profesionales o personas que han trabajado en musicales o en la televisión, entonces yo creo que era: primero la profesionalidad, junto con lo segundo que correspondería con la excelencia en la imitación. A nivel de humor, ha sido un año curioso ya que ha sido un humor distinto: la Terremoto De Alcorcón yo creo que no tenía nada que ver con otros personajes como Yolanda Ramos o Silvia Abril; David Amor no tenía nada que ver con Edu Soto por ejemplo, pero yo creo que esta edición ha sido como la cara B de *Tu Cara Me Suena*, es decir, una apuesta por otros tipos de perfiles que finalmente como todos hemos visto no ha funcionado tan bien como en otras temporadas. Así que vamos a por las claves de *Tu Cara Me Suena 7* que yo creo que van a ser: recuperar el espíritu de fiesta grupal que es el que siempre, dentro del talento y de todos los elementos más serios del formato han llevado por delante *Tu Cara Me Suena*, que es la gran fiesta familiar, que entre ellos acaben siendo una familia y transmites a las familias desde el plató hasta casa.

9. Resultados y conclusiones

Como hemos visto a lo largo de este Trabajo Fin de Grado, las productoras audiovisuales, en este caso Gestmusic, se han convertido en indispensables para las cadenas de televisión con el fin de desarrollar productos audiovisuales de entretenimiento que han aportado a la televisión actual, centrándonos en *Operación Triunfo 2017* (TVE) y en el formato de *Tu Cara Me Suena* (Antena 3), un nuevo concepto de hacer televisión.

Con respecto a *Operación Triunfo 2017*, hemos visto cómo se ha renovado un formato por completo apostando por una nueva generación de talentos y por un nuevo presentador que han supuesto un acierto en toda regla para el éxito del programa. Eso sí, han procurado mantener la esencia que transmitía ese primer *Operación Triunfo*: inocencia, mezclada con talento y compañerismo. Por otro lado, como hemos analizado, el canal 24h de Youtube ha supuesto un gran cambio en la manera de producir nuevos contenidos de entretenimiento. En este caso, el contenido se ha acercado principalmente al espectador y no de manera contraria debido al hecho de que Gestmusic ha confiado en esta plataforma de fácil acceso, que actualmente es muy consumida por los diferentes usuarios a través de multitud de soportes ya sean *smartphones*, *tablets* u ordenadores, entre otros. En definitiva, esta novedad se ha convertido en el gran *engagement* de esta edición ya que se ha visto una conexión entre los concursantes y espectadores muy positiva que ha hecho que el programa se convierta en un fenómeno principalmente social, además de televisivo. Además, hemos podido comprobar que nos encontramos ante una nueva generación de jóvenes con unos valores imprescindibles en el mundo de hoy día, tales como el respeto y la diversidad, que han hecho que la mayoría de espectadores se sientan representados. Sumamos a esto la repercusión de los profesores de la academia en los concursantes, ya que sin la ayuda que le han proporcionado cada uno de ellos no hubiésemos visto la evolución de cada uno de ellos tanto personalmente como profesionalmente. En conclusión, la productora Gestmusic ha apostado por la innovación confiando principalmente en el canal 24h, en los concursantes, en el profesorado y, por supuesto, en su maestro de ceremonias que se ha convertido en una de las piezas claves de esta edición, Roberto Leal.

En cuanto al *talent show* de *Tu Cara Me Suena 6*, hemos comprobado que lo que ha destacado en esta edición ha sido el jurado, debido al nivel de conexión que hay entre sus miembros, transmitiendo al espectador naturalidad y la sensación de estar en una charla entre amigos. Es cierto que el *casting* ha tenido pocas caras conocidas pero se ha convertido en uno de los más talentosos y se ha visto así que la productora no tiene miedo a arriesgar probando nuevas estrategias. Como nos ha comentado Ismael Agudo, el elenco de la próxima edición no seguirá tanto el camino de esta edición pasada y se

intentará transmitir de nuevo esa fiesta grupal entre los concursantes, la que puso el comienzo de este formato y la que define a *Tu Cara Me Suena* como programa familiar de entretenimiento. Por otro lado, tras seis ediciones, se ha visto que encontrar un repertorio aceptable cada vez es más difícil pero se sigue intentando buscar temas que transmitan cierta nostalgia, llegando a los más actuales para que el espectador no aparte la mirada de la televisión. También hemos comprobado que los formatos pueden llegar a quemarse pero se siguen generando nuevas temporadas porque los programas siguen funcionando y es normal que en los espacios televisivos musicales el riesgo sea más alto porque, como hemos visto, el repertorio ya es más difícil de seleccionar pero eso no impide que se vuelvan a repetir canciones que ya se han interpretado por ejemplo, escogiendo algunas de las primeras temporadas de *Tu Cara Me Suena* porque ya que se ha arriesgado en esta sexta edición por un casting más profesional, ¿por qué no arriesgarse a repetir canciones esta próxima edición? Por último, es necesario que remarquemos el papel que han tenido tanto Manel Fuentes como el equipo de realización y caracterización, ya que han sabido adaptarse temporada tras temporada a los nuevos cambios, entre otros los diferentes escenarios y concursantes que han conformado las seis primeras ediciones.

Con respecto a las audiencias, centrándonos en la de *Operación Triunfo 2017*, hemos visto que su audiencia televisiva mejora a partir de diciembre de 2017, que es cuando se emiten los últimos capítulos de *La Que Se Avecina* (Telecinco). Pero eso no quita que el programa haya destacado principalmente en la audiencia social, colocándose el *talent show* cada semana de emisión en el Top 1 en el ranking de *Kantar Social TV Ratings*, por delante de un formato tan importante como *Gran Hermano Revolution* (Telecinco) y dejando fuera del Top 5 a su competidor principal, *La Que Se Avecina*. Ahora bien, la audiencia de *Tu Cara Me Suena 6* se ha visto mermada por el *talent show* de *La Voz* (Telecinco), ya que a pesar de ser dos productos con mecánicas diferentes tienen como base la música. El primero se centra principalmente en la familia, es decir, es multi-target mientras que el segundo va dirigido a un perfil joven y adulto principalmente. Uno de los posibles motivos de la pérdida de audiencia en esta sexta edición, como hemos visto anteriormente, ha sido el *casting* ya que se sabe con antelación los concursantes que darán vida al programa mientras que en *La Voz* se van eligiendo a través de las primeras galas del programa. Una vez terminado el periodo de emisión del *talent show* de Telecinco vemos cómo *Tu Cara Me Suena* empieza a mejorar hasta cerrar su temporada con un 20,3% *share* en su final, 0,3% más que la final de *La Voz*.

En conclusión, *Tu Cara Me Suena* y *Operación Triunfo* se han convertido en los grandes pilares de la productora Gestmusic. Esta ha conseguido multitud de premios que han hecho que dicha productora se haga un hueco en el panorama televisivo español actual, proporcionándole al espectador entretenimiento y sobre todo preocupándose por este para mejorar en futuras ediciones con el fin de que el humor y el talento no desaparezcan en la televisión. Por otro lado, nos hemos dado cuenta de que la audiencia televisiva no corresponde con la social y así no podemos dictar un resultado bastante exacto del éxito o no de un programa, por lo que se deben investigar otros caminos con el fin de que se fusionen estas dos audiencias y tener así un informe más detallado y no tan confuso.

10. Bibliografía

a) Fuentes Directas (Entrevistas personales)

- Agudo, Ismael. Coordinador musical de formatos como *Tu Cara Me Suena 6*, *El Número 1*, *Operación Triunfo* o *Destino Eurovisión* y director y presentador de programas de radio musicales en COMRàdio y Ràdio Barcelona, Cadena Ser. Productora Gestmusic. ismael.agudo@gestmusic.es

b) Libros

- Aguilera, Adriana; Claes, Florencia; Congosto, Mari Luz; Deltell, Luis; Echegara y Eizaguirre, Lázaro; Gallardo, Jorge; González, Ana; Huertas, Amparo; Lavin, Eva; Marta, Carmen; Neira, Elena; Ortega Félix; Papi, Natalia; Quintas, Natalia (2015). *La participación de la audiencia en la televisión: de la audiencia activa a la social*, Madrid, AIMC.
- MARZAL, Javier; LÓPEZ, Francisco (2008). *Teoría y técnica de la producción audiovisual*, Valencia, Tirant Lo Blanch.

c) Trabajos Fin de Grado

- Galán, José Luis. (2016). *El impacto de las redes sociales en las mediciones de audiencia y en la segunda pantalla: El Objetivo*. Universidad de Sevilla.
- Macías, Salvador. (2015). *Audiencia Social: Twitter como herramienta de medición*. Universidad de Sevilla.

d) Artículos Científicos

- Brito Alvarado, Leonardo Xavier; Capito Álvarez, Paola (2017). “El reality show, entre el entretenimiento y el espectáculo: discursos mediáticos contemporáneos”. *Antropología Experimental*, nº 17, 93-104.
- Guerrero Pérez, Enrique (2012). “El productor ejecutivo de programas de entretenimiento: jerarquías en la producción audiovisual”. *Revista Internacional De Comunicación*, nº 21, 257-280.

- Guerrero Pérez, Enrique; Etayo Pérez, Cristina (2015). “Percepción de calidad de los programas de entretenimiento televisivos en España: influencia de los valores de producción”. *El profesional de la información*, vol. 24, nº3, 256-264.
- Hinojosa, Mónica (2005). “Las productoras audiovisuales: instrumentos de análisis”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº 25, 1-14.
- Millán Paredes, Tatiana; Ruano López, Soledad (2005). “La televisión que veremos, ¿la televisión que queremos? Nuevas formas de hacer televisión”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº36, 43-50.
- Ojer Goñi, Teresa (2010). “Televisión de calidad: una realidad posible”. *Nueva Revista*, nº 130, 87-102.
- Rincón, Omar (2011). “Nuevas narrativas televisivas relajar, entretener, contar, ciudadanizar, experimentar”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº36, 43-50.
- Romero Carmona, Juan Bautista; Degrado Godoy, M^a Dolores (2005). “Programas musicales en la televisión”. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, nº 35, 1-7.
- Sequera Díaz, Raúl (2013). “Televisión y Redes Sociales: nuevo paradigma en la promoción de contenidos televisivos”. *Ámbitos*, nº22, 201-210.

e) *Páginas Webs*

- Costas, Nayín (2017). Así crea magia “Tu cara me suena”: las claves por las que arrasa en medio mundo. *Vanitatis*. Recuperado de https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2017-11-10/tu-cara-me-suena-claves-exito-jurado-chenoa-manel-fuentes_1473980/
- Gestmusic (2018). *Gestmusic*. Recuperado de las pestañas “Nosotros: Gestmusic, Equipo y Premios”
- Jabonero, Daniel (2017) ¿Qué le ha pasado a “Tu cara me suena” para no parar de perder espectadores? *Bluper*. Recuperado de <https://www.elespanol.com/bluper/noticias/audiencia-tu-cara-me-suena-para-perder-espectadores>
- Migelez, Xabier (2018). El éxito de “Operación Triunfo 2017”, a través de 5 gráficos. *Vanitatis*. Recuperado de https://www.vanitatis.elconfidencial.com/television/programas-tv/2018-02-05/exito-operacion-triunfo-cifras_1517343/

- Mopez, Víctor (2018). 5 razones del éxito de “OT 2017”. *Los Replicantes*. Recuperado de <https://www.losreplicantes.com/articulos/cinco-razones-exito-ot-2017/>
- Ortiz, Laura (2017). “Tu cara me suena” da las claves de su sexta edición: jurado que repite, nuevo plató y galas especiales. *FormulaTV*. Recuperado de <http://www.formulatv.com/noticias/72235/tu-cara-me-suena-sexta-edicion-pulsador-galas-especiales/>
- Palazón, Álvaro (2018). “Operación Triunfo 2017”, las claves de un éxito inesperado. *Huffington Post*. Recuperado de https://www.huffingtonpost.es/2018/01/11/operacion-triunfo-2017-las-claves-de-un-exito-inesperado_a_23330688/
- Pérez, Cristina (2012). ¿Qué es un coach? Diferencias con un psicólogo. La mente es maravillosa. Recuperado de <https://lamenteesmaravillosa.com/que-es-un-coach/>
- Pérez, Julián; Gardey, Ana (2014). Definición de target. Definición. Recuperado de: <https://definicion.de/target/>
- Terán, Borja (2017). Las 5 diferencias de “La Voz” y “Tu cara me suena” para alcanzar el éxito en televisión. *La Información*. Recuperado de <https://www.lainformacion.com/opinion/borja-teran/las-5-diferencias-de-la-voz-y-tu-cara-me-suena-para-alcanzar-el-exito-en-television/6286107>

f) Estadísticas

- Fórmula Tv Audiencias (octubre 2017 – marzo 2018)
<http://www.formulatv.com/audiencias/>
- Kantar Social Tv Ratings (octubre 2017 – febrero 2018)
<https://twitter.com/kmessocialtv?lang=es>

ANEXOS

ANEXO I

PREMIOS GESTMUSIC

A continuación, detallaremos todos los premios que ha conseguido nuestra productora objeto de estudio a lo largo de sus 33 años de trayectoria televisiva.

➤ 1987

- **Tariro, Tariro** (TV3) TP de Oro al mejor programa de entretenimiento.
- **No Passa Res!** (TV3) Premio Ondas programa televisión.

➤ 1995

- Una hora amb Vittorio Gassman (TV3) – Premio Ondas, mención especial del jurado a **Rosa María Sardà**.

➤ 1996

- La Parodia Nacional (Antena 3) – TP de Oro al mejor presentador, **Constantino Romero**.
- **La Parodia Nacional** (Antena 3) – TP de Oro al mejor concurso.

➤ 1997

- **Moros y Cristianos** (Telecinco) – TP de Oro al mejor programa de entrevistas y debate.
- Crónicas Marcianas (Telecinco) – TP de Oro al personaje revelación, **Martí Galindo**.
- Crónicas Marcianas (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Javier Sardà**.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor programa magazín y variedades.

➤ **1998**

- Lluvia de Estrellas (Antena 3) – Premio Zapping a **Bertín Osborne** como mejor presentador.
- **La Parodia Nacional** (Antena 3) – Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor programa espectáculo de entretenimiento.
- Crónicas Marcianas (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Javier Sardà**.
- Crónicas Marcianas (Telecinco) – Premio Antena de Oro a **Javier Sardà** en la categoría de Televisión.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – Rosa de Plata del Festival de Montreux al mejor programa de variedades.

➤ **1999**

- Crónicas Marcianas (Telecinco) – Premio Iris de la Academia de Televisión al mejor comunicador de programa de entretenimiento a **Javier Sardà**.
- **Lluvia de Estrellas** (Antena 3) – TP de Oro al mejor programa de espectáculos y entretenimiento.
- Alta Tensión (Antena 3) – TP de Oro al mejor presentador, **Constantino Romero**.

➤ **2000**

- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor programa espectáculo de entretenimiento.

➤ **2001**

- **Operación Triunfo** (TVE) – Premio Zapping al mejor concurso.
- Operación Triunfo (TVE) – TP Oro Mejor presentador, **Carlos Lozano**.
- **Operación Triunfo** (TVE) – TP Oro al mejor programa de espectáculos y entretenimiento.
- **Operación Triunfo** (TVE) – Premio Iris de la Academia de Televisión como mejor programa entretenimiento.
- Operación Triunfo (TVE) – Premio Iris de la Academia de Televisión a **Albert Grau** por mejor producción.
- Operación Triunfo (TVE) – Premio Iris de la Academia de Televisión a **Ferran Armengol** por mejor realización.
- Operación Triunfo (TVE) – Premio Iris de la Academia de Televisión a **Tinet Rubira** por mejor dirección.

➤ **2002**

- **Operación Triunfo** (TVE) – Premio Ondas al fenómeno musical discográfico ‘Operación Triunfo’, y en particular a David Bisbal por el éxito del disco Corazón Latino.
- **Operación Triunfo** (TVE) – Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Javier Sardà**.
- **Operación Triunfo** (TVE) – TP de Oro al mejor programa de espectáculos y entretenimiento.

➤ **2003**

- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Javier Sardà**.
- **Crónicas Marcianas** (Telecinco) – TP de Oro al mejor programa de espectáculos y entretenimiento.
- **Operación Triunfo** (TVE) – TP de Oro al mejor concurso reality.

➤ **2004**

- **¡Allá Tú!** (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Jesús Vázquez**.
- **Eurojunior** (TVE) – TP de Oro al mejor concurso reality.

➤ **2005**

- **¡Mira Quién Baila!** – TP de Oro al mejor concurso reality
- **Operación Triunfo** (Telecinco) – Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.
- **Operación Triunfo y ¡Allá Tú!** (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Jesús Vázquez**.

➤ **2006**

- **Gala 50 Aniversario TVE** – Premio Iris de la Academia de Televisión a mejor escenógrafo a **Luis Gracia**.
- **¡Mira Quién Baila!** – Premio Iris de la Academia de Televisión a mejor escenógrafo a **Luis Gracia**.
- **Channel N° 4** – TP de Oro al mejor magazine.
- **Operación Triunfo y ¡Allá Tú!** (Telecinco) – TP de Oro al mejor presentador, **Jesús Vázquez**.
- **Operación Triunfo** (Telecinco) – TP de Oro al mejor concurso reality.

➤ **2007**

- **Operación Triunfo** (Telecinco) – Premio Ondas al mejor presentador, Jesús Vázquez.

➤ **2008**

- **El Hormiguero** (Cuatro) – Premio Iris de la Academia de TV al mejor programa de entretenimiento.
- **El Hormiguero** (Cuatro) – Premio Ondas al mejor programa de entretenimiento.

➤ **2011**

- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio Iris de la Academia de TV al mejor maquillaje, peluquería y caracterización a Raquel González.
- **Atrapa un Millón** (Antena 3) – Premio Zapping al mejor programa de entretenimiento / concurso.
- **Atrapa un Millón** (Antena 3) – Premio Ondas mejor programa de entretenimiento.
- **Atrapa un Millón** (Antena 3) – TP de Oro al mejor Presentador, Carlos Sobera.
- **Atrapa un Millón** (Antena 3) – TP de Oro al mejor concurso.
- **Atrapa un Millón** (Antena 3) – Premio FESTIVAL por programa descubrimiento.
- Premio Talento de la Academia de TV a **Tinet Rubira**.

➤ **2012**

- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio C21 Frapa Awards, the best competition reality format.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio Iris de la Academia de TV al mejor maquillaje, peluquería y caracterización al equipo del programa.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio Antena de Oro al mejor presentador, Manel Fuentes.
- **¡Ahora Caigo!** (Antena 3) – Premio Zapping a Arturo Valls como mejor presentador.

➤ **2013**

- **Tu Cara Me Suena** (Argentina) – Premio TATO a la mejor escenografía.
- **Tu Cara Me Suena** (Argentina) – Premio TATO al mejor programa, categoría Big Show.
- **Tale E Quale Show** (Italia) – Premio Regia Televisiva Trasmissione dell’anno.
- **Tale E Quale Show** (Italia) – Premio Regia Televisiva al programa Top Ten.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio de la crítica FESTIVAL al programa más divertido.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio Iris de la Academia de Televisión al mejor maquillaje, peluquería y caracterización al equipo del programa.

➤ **2014**

- **A Tua Cara Nao Me È Estranha** (Portugal) – Premio TV 7 Días al mejor programa de Entretenimiento.
- **Gestmusic** – Premio Zoom de Honor de Igualada como productora.
- **Gestmusic** – Premio Alegría de Vivir como productora catalana.
- Premio Talento de la Academia de TV a **Montse Claros**.
- **¡Ahora Caigo!** (Antena 3) – Premio Ondas al mejor presentador, Arturo Valls.
- **¡Ahora Caigo!** (Antena 3) – Premio Iris de la Academia de Televisión al mejor presentador de programas, Arturo Valls.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) – Premio ‘El Televisero’ al mejor programa.

➤ **2015**

- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio Ondas Nacional de Televisión como mejor programa de entretenimiento.
- **Tale E Quale Show** (Italia) – Premio Regia Televisiva.
- **Tale E Quale Show** (Italia) – Premio programma dell’anno (premio votado por el público).

➤ **2016**

- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio ‘Teletuitero’ al mejor programa de entretenimiento 2016.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio ‘El Televisero’ la mejor concurso-reality 2016.
- Premio Talento de la Academia de TV a **Jordi Rosell**, productor ejecutivo y director de programas en Gestmusic.
- **OT: el reencuentro**, premio a la mejor producción televisiva por TVR (Rioja Televisión).
- **OT: en concierto**, premio al mejor evento televisivo por Premios Telemagazine 2016.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio FAPAE 2016 al formato televisivo español con mayor repercusión internacional.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio de la crítica del FESTIVAL al mejor programa de entretenimiento.

➤ **2017**

- **¡Ahora Caigo!** Premio Zapping al mejor programa de entretenimiento 2017.
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Teletuitero al mejor talent show 2017 para “Operación Triunfo 2017”
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Teletuitero a la mejor conducción masculina 2017 por “Operación Triunfo 2017”
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Dial: premio especial como fenómeno musical del año.
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 al mejor programa de entretenimiento 2017.
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 mejor presentador del año (Operación Triunfo 2017 & España Directo).
- **Roberto Leal** (RTVE) Premio Zapping al mejor presentador del 2017.
- **Alfred y Amaia** (RTVE) Premio Telemagazine 2017 a mejor momento del año por ‘City of Stars’.
- **OT : El reencuentro** (RTVE) Premio de la crítica del FESTIVAL al mejor programa de entretenimiento.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio Iris de la Academia de Televisión al mejor programa de entretenimiento de España.
- **Tu Cara Me Suena** (Antena 3) Premio Aquí TV al mejor talent show en España.

➤ **2018**

- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Alegría de Vivir VI Edición 2018.
- **Operación Triunfo 2017** (RTVE) Premio Transmedia en la XII Edición de los GoliADs.
- **Operación Triunfo 2017** Premio Diversa Televisión 2018.

ANEXO II

AUDIENCIA TELEVISIVA (*OPERACIÓN TRIUNFO 2017 Y TU CARA ME SUENA 6*) Y SOCIAL MENSUAL (*OPERACIÓN TRIUNFO 2017*)

OPERACIÓN TRIUNFO 2017 (Televisiva)

**OCTUBRE 2017 (DÍAS 23 Y 30)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
La 1	13,8%	19,8%
Telecinco	14,4%	18,8%

**OCTUBRE 2017 (DÍAS 23 Y 30)
(PROGRAMA *OT 2017* CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	<i>Share</i>
Operación Triunfo 2017	17,5%
La Que Se Avecina	19,1%

**NOVIEMBRE 2017 (DÍAS 6, 13, 20 Y 27)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
La 1	12,6%	18,3%
Telecinco	15%	19,3%

**NOVIEMBRE 2017 (DÍAS 6,13, 20 Y 27)
(PROGRAMA *OT 2017* CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	<i>Share</i>
Operación Triunfo 2017	16,6%
La Que Se Avecina	20,5%

**DICIEMBRE 2017 (DÍAS 4, 11, 18 Y 25)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
La 1	13,6%	19,2%
Telecinco	13,4%	16,2%

**DICIEMBRE 2017 (DÍAS 4, 11, 18 Y 25)
(PROGRAMA *OT 2017* CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	<i>Share</i>
Operación Triunfo 2017	17,5%
La Que Se Avecina, Mi Casa Es La Tuya y El Accidente	16,8%

ENERO 2018 (DÍAS 2, 8, 15, 22 Y 29)
(FRANJAS DEL *PRIME TIME* Y EL *LATE NIGHT*)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
La 1	14,3%	23,6%
Telecinco	12,5%	10,1%

ENERO 2018 (DÍAS 2, 8, 15, 22 Y 29)
(PROGRAMA *OT 2017* CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Operación Triunfo 2017	20,5%
Mi Casa Es La Tuya y El Accidente	13,3%

FEBRERO 2018 (DÍAS 5 Y 13)
(FRANJAS DEL *PRIME TIME* Y EL *LATE NIGHT*)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
La 1	16%	26,8%
Telecinco	11,3%	8,6%

FEBRERO 2018 (DÍAS 5 Y 13)
(PROGRAMA *OT 2017* CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Operación Triunfo 2017	23,8%
Mi Casa Es La Tuya y El Accidente	11,4%

OPERACIÓN TRIUNFO 2017 (Social Twitter)

OCTUBRE 2017 (SEMANAS DEL 23 Y 30)

	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	46.000.000	22.900	166.250
Gran Hermano Revolution	18.000.000	7.750	68.750

NOVIEMBRE 2017 (SEMANAS DEL 6, 13, 20 Y 27)

	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	48.075.000	26.525	235.225
Gran Hermano Revolution	14.700.000	5.925	48.450
OT: El Chat	5.975.000	8.825	35.900

DICIEMBRE 2017 (SEMANA DEL 4, 11, 18 Y 25)

	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	78.625.000	41.950	418.375
OT: El Chat	13.867.000	20.667	105.733
Gran Hermano Revolution	14.500.000	7.200	52.950
La Voz: Directos	6.100.000	6.900	26.700
Masterchef Junior	5.100.000	3.400	12.900

ENERO 2018 (SEMANA DEL 1, 8, 15, 22 Y 29)

	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	100.340.000	65.600	548.320
OT: El Chat	13.320.000	26.200	110.560
Los Goya	63.300.000	55.300	202.700
Masterchef Junior	5.600.000	3.800	13.500

FEBRERO 2018 (SEMANAS DEL 5 Y 12)

	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	89.200.000	68.100	479.000
OT: El Chat	9.400.000	26.500	78.300

TU CARA ME SUENA 6 (Televisiva)

**SEPTIEMBRE 2017 (DÍA 29)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	Prime Time	Late Night
Antena 3	15,6%	N/A
Telecinco	15,3%	N/A

**SEPTIEMBRE 2017 (DÍA 29)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	Share
Tu Cara Me Suena 6	20,6%
La Voz	18,2%

**OCTUBRE 2017 (DÍAS 6, 13, 20 Y 27)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	Prime Time	Late Night
Antena 3	12,5%	17,5%
Telecinco	14,7%	18%

**OCTUBRE 2017 (DÍAS 6,13, 20 Y 27)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	Share
Tu Cara Me Suena 6	17,2%
La Voz	18,5%

**NOVIEMBRE 2017 (DÍAS 3, 10, 17 Y 24)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)**

	Prime Time	Late Night
Antena 3	13,3%	16,8%
Telecinco	15%	17,9%

**NOVIEMBRE 2017 (DÍAS 3, 10, 17 Y 24)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)**

	Share
Tu Cara Me Suena 6	16,9%
La Voz	17%

DICIEMBRE 2017 (DÍAS 1, 8, 15 Y 20)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
Antena 3	11,5%	13,7%
Telecinco	14,1%	16,9%

DICIEMBRE 2017 (DÍAS 1, 8, 15 Y 20)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Tu Cara Me Suena 6	14%
La Voz y Alejandro Sanz: El Concierto	16,1%

ENERO 2018 (DÍAS 1, 12, 19 Y 26)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
Antena 3	13,1%	16,4%
Telecinco	13,5%	13,5%

ENERO 2018 (DÍAS 1, 12, 19 Y 26)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Tu Cara Me Suena 6	16,3%
Mi Casa Es La Tuya, Las Campos y Got Talent España	14%

FEBRERO 2018 (2, 9, 16 Y 23)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
Antena 3	12,9%	16,7%
Telecinco	14%	13,3%

FEBRERO 2018 (DÍAS 2, 9, 16 Y 23)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Tu Cara Me Suena 6	16,6%
Mi Casa Es La Tuya y Got Talent España	14,5%

MARZO 2018 (DÍA 2)
(FRANJAS DEL PRIME TIME Y EL LATE NIGHT)

	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>
Antena 3	14,5%	22,5%
Telecinco	14,6%	12%

MARZO 2018 (DÍA 2)
(PROGRAMA TU CARA ME SUENA 6 CON COMPETENCIA PRINCIPAL)

	<i>Share</i>
Tu Cara Me Suena 6	20,3%
Mi Casa Es La Tuya	14,6%

ANEXO III

AUDIENCIA TELEVISIVA (*OPERACIÓN TRIUNFO 2017 Y TU CARA ME SUENA 6*) Y SOCIAL SEMANAL (*OPERACIÓN TRIUNFO 2017*)

OPERACIÓN TRIUNFO 2017 (Televisiva)

23 de octubre de 2017	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Operación Triunfo 2017 (Estreno) → 19%	14,7%	22,1%	Chat Operación Triunfo → 14,6%
La Que Se Avecina → 17,6%	13,9%	18,2%	Reposición La Que Se Avecina → 16,2%

30 de octubre de 2017	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Operación Triunfo 2017 → 15,9%	12,8%	17,4%	Chat Operación Triunfo → 17,4%
La Que Se Avecina → 20,5%	14,8%	19,4%	Reposición La Que Se Avecina → 19,4%

6 de noviembre de 2017	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Operación Triunfo 2017 → 15,5%	12,1%	16,1%	Chat Operación Triunfo → 10,9%
La Que Se Avecina → 21,7%	15,4%	21,3%	Reposición La Que Se Avecina → 18,1%

13 de noviembre de 2017	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Operación Triunfo 2017 → 15,9%	12,5%	17,5%	Chat Operación Triunfo → 12,5%
La Que Se Avecina → 20,8%	15%	19,7%	Reposición La Que Se Avecina → 17%

20 de noviembre de 2017	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Operación Triunfo 2017 → 17,2%	12,7%	19%	Chat Operación Triunfo → 13,7%
La Que Se Avecina → 18,9%	14,4%	18,4%	Reposición La Que Se Avecina → 16,3%

27 de noviembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 17,6%	13,1%	20,7%	Chat Operación Triunfo → 14,7%
La Que Se Avecina → 20,7%	15%	17,9%	Reposición La Que Se Avecina → 15%

4 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 17,8%	13,1%	20%	Chat Operación Triunfo → 16,7%
La Que Se Avecina → 19,9%	14,6%	18,9%	Reposición La Que Se Avecina → 16,2%

11 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 18,5%	14,1%	19,9%	Chat Operación Triunfo → 12,2%
La Que Se Avecina → 20,3%	14,8%	19,5%	Reposición La Que Se Avecina → 16,4%

18 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 18,8%	13,3%	22%	Chat Operación Triunfo → 16,1%
La Que Se Avecina → 18,6%	14,9%	17,4%	Reposición La Que Se Avecina → 14,4%

25 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 (Especial Navidad) → 14,7%	13,9%	14,8%	OT: Reencuentro → 12,4%
Mi Casa Es La Tuya → 8,4%	9,3%	9,1%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 8,7%

2 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 18,3%	13,5%	20,8%	Chat Operación Triunfo → 16,8%
El Accidente → 14,9%	13,3%	11,1%	Amores Que Duelen → 9,1% y 9,8%

8 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 19,5%	14,2%	22,6%	Chat Operación Triunfo → 15,9%
Mi Casa Es La Tuya → 13,7%	12,9%	12,5%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 11,8%

15 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 19,5%	13,8%	23,2%	Chat Operación Triunfo → 15,3%
Mi Casa Es La Tuya → 14%	12,9%	10,7%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 8,2%

22 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 → 21,7%	14,7%	24,2%	Chat Operación Triunfo → 16,4%
Mi Casa Es La Tuya → 11,7%	11,9%	8,6%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 8,5%

29 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 (Gala Eurovisión) → 23,6%	15,4%	27%	Chat Operación Triunfo → 17,8%
Mi Casa Es La Tuya → 12%	11,5%	8,1%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 7,4%

5 de febrero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 (Final) → 30,8%	18,5%	35,8%	Chat Operación Triunfo → 26,8%
Mi Casa Es La Tuya → 7%	9,7%	5,2%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 4,7%

13 de febrero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Operación Triunfo 2017 (Mejores éxitos) → 16,7%	13,4%	17,8%	Comando Actualidad → 12%
El Accidente → 15,7%	12,8%	12%	Amores Que Duelen → 11,5% y 8,9%

OPERACIÓN TRIUNFO 2017 (Social Twitter)

23 de octubre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	61.500.000	31.400	212.900
Gran Hermano Revolution	18.200.000	8.300	79.500

30 de octubre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	30.500.000	14.400	119.600
Gran Hermano Revolution	17.800.000	7.200	58.000

6 de noviembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	35.300.000	16.800	156.200
Gran Hermano Revolution	18.900.000	8.200	62.100
OT: El Chat	4.900.000	5.800	26.500

13 de noviembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	48.000.000	28.300	249.800
Gran Hermano Revolution	13.100.000	4.900	41.000
OT: El Chat	6.600.000	10.300	41.400

20 de noviembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	48.100.000	26.400	232.600
Gran Hermano Revolution	12.100.000	4.700	38.200
OT: El Chat	5.900.000	8.300	32.400

27 de noviembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	60.900.000	34.600	302.300
Gran Hermano Revolution	14.700.000	5.900	52.500
OT: El Chat	6.500.000	10.900	43.300

4 de diciembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	67.800.000	36.900	360.700
Gran Hermano Revolution	12.800.000	5.000	41.400
OT: El Chat	12.000.000	16.200	83.000

11 de diciembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	90.800.000	49.400	549.300
Gran Hermano Revolution	16.200.000	9.400	64.500
OT: El Chat	14.000.000	20.700	106.600

18 de diciembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	92.500.000	51.100	538.400
La Voz: Directos	6.100.000	6.900	26.700
OT: El Chat	15.600.000	25.100	127.600

25 de diciembre de 2017	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	63.400.000	30.400	225.100
Masterchef Junior	5.100.000	3.400	12.900

1 de enero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	85.300.000	55.900	489.600
Masterchef Junior	5.600.000	3.800	13.500
OT: El Chat	19.400.000	28.300	129.200

8 de enero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	103.500.000	55.500	463.500
OT: El Chat	15.400.000	26.900	125.600

15 de enero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	113.000.000	67.100	608.500
OT: El Chat	13.700.000	26.600	119.800

22 de enero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	68.400.000	61.100	456.400
OT: El Chat	8.200.000	19.200	76.100

29 de enero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	131.500.000	88.400	723.600
Los Goya	63.300.000	55.300	202.700
OT: El Chat	9.900.000	30.000	102.100

5 de febrero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	119.800.000	96.200	686.200
OT: El Chat	9.400.000	26.500	78.300

12 de febrero de 2018	Impresiones	Autores Únicos	Tweets
Operación Triunfo 2017	58.600.000	40.000	271.800

TU CARA ME SUENA 6 (Televisiva)

29 de septiembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 (Estreno) → 20,6%	15,6%	N/A	Reposición Tu Cara Me Suena → 11,1%
La Voz → 18,2%	15,3%	N/A	Reposición La Voz → 12,2%

6 de octubre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 18%	12,1%	17,9%	Reposición Tu Cara Me Suena → 12,8%
La Voz → 19,2%	13,5%	21,2%	Reposición La Voz → 13,6%

13 de octubre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 17,9%	12,7%	19,1%	Reposición Tu Cara Me Suena → 13,4%
La Voz → 19,2%	16,2%	18,3%	Reposición La Voz → 13,1%

20 de octubre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 17%	12,6%	18,3%	Reposición Tu Cara Me Suena → 12,4%
La Voz → 18,4%	15,8%	14,4%	Reposición La Voz → 8,8%

27 de octubre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 15,7%	12,4%	14,7%	Reposición Tu Cara Me Suena → 9,1%
La Voz → 17%	13,4%	18%	Reposición La Voz → 12,6%

3 de noviembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 17,1%	13,2%	17,9%	Reposición Tu Cara Me Suena → 11,8%
La Voz → 18,1%	15,1%	20%	Reposición La Voz → 14,4%

10 de noviembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 17,2%	13,6%	17,7%	Reposición Tu Cara Me Suena → 10,5%
La Voz → 16,2%	15,2%	15,6%	Reposición La Voz → 10,5%

17 de noviembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 16,3%	13,2%	14,5%	Reposición Tu Cara Me Suena → 9%
La Voz → 16,8%	14,6%	18,5%	S/A

24 de noviembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 16,8%	13,2%	16,9%	Reposición Tu Cara Me Suena → 11,4%
La Voz → 16,7%	15%	17,6%	Cortometraje → 10,2%

1 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 15,7%	12,7%	15,7%	Reposición Tu Cara Me Suena → 12,4%
La Voz → 15,2%	13,9%	15,4%	Concierto Rosario → 9,3%

8 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 (Especial) → 11%	9,9%	9,7%	Reposición Tu Cara Me Suena → 9,4%
“Alejandro Sanz: El Concierto” → 13,6%	13,2%	13,5%	Reposición La Voz → 8,7%

15 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 15,3%	12,4%	14,4%	Reposición Tu Cara Me Suena → 8,4%
La Voz (Semifinal) → 15,7%	13,7%	16,8%	Concierto Vanesa → 8,2%

20 de diciembre de 2017	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suena 6 → 14%	10,9%	14,8%	Reposición Tu Cara Me Suena → 9,7%
La Voz (Final) → 20%	15,4%	21,7%	La Tienda En Casa → 9,1%

1 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 (Concierto De Año Nuevo) → 17%	14,1%	17,1%	Concierto Año Nuevo Año Anterior → 12,5%
Mi Casa Es La Tuya → 10,9%	11,3%	9,6%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 7,1%

12 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 → 16,7%	13,7%	16,7%	Reposición Tu Cara Me Suenas → 11,7%
Las Campos → 11%	13,3%	9,8%	Las Campos y Tienda En Casa → 11,2%, 9,3% y 4,4%

19 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 → 15,9%	12,1%	16,6%	TCMS: Encarando la final → 10,5%
Got Talent España → 17,1%	14,3%	17,1%	Got Talent: Momentazos → 12,6%

26 de enero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 → 15,6%	12,3%	15,1%	Reposición Tu Cara Me Suenas → 10,3%
Got Talent España → 16,8%	14,9%	17,3%	Got Talent: Momentazos → 14,5%

2 de febrero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 → 16,7%	12,9%	16,9%	Reposición Tu Cara Me Suenas → 9,9%
Got Talent España → 16,2%	14,2%	15,9%	Got Talent: Momentazos → 12%

9 de febrero de 2018	Prime Time	Late Night	Programas Late Night
Tu Cara Me Suenas 6 → 14,5%	12,1%	13,2%	Reposición Tu Cara Me Suenas → 8,5%
Got Talent España → 17,3%	15,6%	16,7%	Got Talent: Momentazos → 12,1%

16 de febrero de 2018	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Tu Cara Me Suena 6 → 16,2%	12,4%	16,3%	Reposición Tu Cara Me Suena → 11%
Mi Casa Es La Tuya → 14,9%	14,5%	12,1%	Reposición Mi Casa Es La Tuya → 9,5%

23 de febrero de 2018	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Tu Cara Me Suena 6 (Semifinal) → 19%	13,9%	20,1%	Reposición Tu Cara Me Suena → 12%
Mi Casa Es La Tuya → 9,5%	11,6%	8,6%	Reposición La Voz Kids → 8%

2 de marzo de 2018	<i>Prime Time</i>	<i>Late Night</i>	<i>Programas Late Night</i>
Tu Cara Me Suena 6 (Final) → 20,3%	14,5%	22,5%	Tu Cara Me Suena: Los finalistas → 14,3%
Mi Casa Es La Tuya → 14,7%	14,6%	12%	Reposición La Voz Kids → 9,8%

